

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADO/A EN COMUNICACIÓN
SOCIAL

TEMA:
ESTUDIO COMUNICACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA
MEDIÁTICA EN ECUADOR TV

AUTOR/A (S):
CHRISTIAN PAÚL ESCOBAR SALAZAR
GRACE CAROLINA GUERRERO ROBALINO

DIRECTOR/A:
PEDRO IVÁN MORENO

Quito, julio del 2013

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Nosotros, Christian Paúl Escobar Salazar y Grace Carolina Guerrero Robalino, con CI: 1719703900 y 1723534580 respectivamente; autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, Julio 2013

Christian Paúl Escobar Salazar

C.C

Grace Carolina Guerrero Robalino

C.C

DEDICATORIA

“A mi madre por haber dado todo su esfuerzo y dedicación; a mi padre por estar presente; a mi esposo por apoyarme siempre y a mi abuelita ejemplo de lucha”.

Grace Guerrero

“Dedicado a mi familia y amigos quienes estuvieron apoyándome durante el largo camino de mi carrera académica. Sobre todo a mi padre quien en vida fue mi guía”.

Christian Escobar

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi tutor por el tiempo dedicado, a la Universidad Politécnica Salesiana, establecimiento del que estoy orgulloso por el conocimiento adquirido, a mi compañera de tesis y finalmente a quienes conforman Ecuador TV por las facilidades dadas para culminar el trabajo de tesis.

Christian Escobar

Quiero agradecer de corazón a mi madre por haber dado todo su trabajo y sacrificio por verme salir adelante, también a mi esposo por ser mi compañía y fuerza.

Agradezco a mi tutor por su colaboración y su tiempo por ver un trabajo como debe ser. A mi compañero de tesis Christian Escobar por haber alcanzado esta meta conjunta y al personal de Ecuador TV por brindarnos apoyo para finalizar este trabajo.

Grace Guerrero

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS Y LA TELEVISIÓN	
1.1 Sus inicios	3
1.2 Teorías de la Comunicación y su evolución.....	4
1.2.1 Comunicación de Masas.....	10
1.3 Antecedentes de la televisión.....	12
1.3.1 El surgimiento de la televisión en Europa y EEUU	15
1.4 Características de la televisión en el Siglo XX	17
1.5 Principales cadenas televisivas:	
CNN, BBC Londres, Televisa, Globo Brasil, Telesur	21
1.5.1 Cadena CNN	21
1.5.2 Cadena BBC Londres	22
1.5.3 Cadena Globo Brasil	23
1.5.4 Telesur	24
1.5.5 Televisa	25
CAPÍTULO II	
CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA	
2.1 Los factores componentes de la opinión pública	30
2.1.1 La Opinión Pública en el Orden Político	31
2.1.2 Teorías de la Opinión Pública	33
2.2 La Opinión Pública y el papel de los Medios de Comunicación	37

CAPÍTULO III

LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA

3.1 Fundamento Teórico	40
3.1.1 Funciones de la teoría	41
3.1.2 Noam Chomsky y su crítica a los Medios de Comunicación.....	43
3.2 Agenda Pública, Agenda Ciudadana, Agenda Mediática, Agenda Gubernamental..	44
3.2.1 Agenda Pública	45
3.2.2 Agenda Ciudadana	46
3.2.3 Agenda Mediática.....	48
3.2.4 Agenda Gubernamental	51
3.3 Elementos de la construcción de la agenda mediática en los medios ecuatorianos...	52
3.3.1 Interrelación entre agendas: el modelo de Dearing y Rogers	56

CAPÍTULO IV

TELEVISIÓN PÚBLICA VS. TELEVISIÓN PRIVADA EN EL ECUADOR

4.1 Surgimiento de la televisión en Ecuador	60
4.1.1 Razones Sociales de los Canales de Televisión del Ecuador	62
4.2 Características de la televisión en Ecuador	63
4.3 La televisión pública	64
4.3.1 Estilo periodístico de la televisión pública	77
4.4 La agenda mediática de ECTV	77
4.5 Análisis de la Agenda Mediática de Ecuador TV	78
4.5.1 Análisis de los Programas de Ecuador TV	85
CONCLUSIONES.....	101

LISTA DE REFERENCIAS.....	103
ANEXOS	107

RESUMEN

Históricamente la programación ha estado determinada por distintas situaciones, como puede ser la línea editorial, la estructura de propiedad, el rating, etc, en tal sentido toda programación tiene cierta intencionalidad y direccionalidad, es decir no es neutral.

A partir de esta consideración realizamos la investigación para conocer las preferencias de los televidentes de ECUADOR TV, a través de un análisis teórico y práctico siendo indispensable complementarlo con sondeos de opinión, encuestas y entrevistas a profundidad desde la fuente.

La estructura de su agenda, puntualiza la búsqueda de la otredad para forjar el bien común, fortaleciendo el tema educativo con el fin de que los niños se eduquen desde sus localidades, hasta para quienes se encuentran en entornos vulnerables.

A lo largo de este trabajo se aborda un recorrido histórico de la televisión a nivel latinoamericano desde nuestra realidad social Ecuador, para dar paso al medio público y conocer su quehacer cotidiano junto a la organización en los contenidos que se quiere transmitir a la ciudadanía.

Dentro de su estructura se plantea aspectos esenciales que brindan un panorama a partir del desarrollo de la comunicación de masas y televisión, además se vincula el surgimiento de televisoras a nivel Latinoamericano y grandes cadenas con trayectoria mediática; otro punto importante tratado en este trabajo es la construcción de la opinión pública frente a posturas de diferentes autores; así como también se menciona los fundamentos teóricos de la construcción de la agenda mediática ligada más adelante con la televisión pública y su accionar.

ABSTRACT

Historically, programming has been determined by various situations, as may be the editorial line, the ownership structure, the rating, etc, in that sense all programming has some intentionality and directionality, in other words, it is not neutral.

From this consideration we research to know the preferences of the TV viewers of Ecuador TV, through a theoretical analysis and practical being indispensable to complement it with opinion polls, surveys and in-depth interviews from the source.

The structure of such agenda, points out the search for the otherness to forge the common good, strengthening the educational theme so that the children are educated from their localities, even for those who are in vulnerable environments.

Throughout this paper we deal with a historical tour of the television at a Latin American level from our social reality in Ecuador, to give way to the public means and know their daily business next to the organization in the contents that is wanted to convey to the citizenship.

Within its structure there raises essential aspects that provide an overview on the basis of the development of mass communication and television, in addition links the emergence of television stations at the Latin American level and large chains with media trajectory; another important point treated in this work is the construction of public opinion to positions of different authors; as well as it is mentioned the theoretical underpinnings of the construction of the media agenda linked below with the public television and its actions.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son considerados transmisores de información que generan opinión pública en un determinado momento de la sociedad. Además, estos medios pueden llegar a ser influencia (positiva o negativa) para las personas dependiendo del contenido y la percepción del televidente frente a diversos programas de un canal de televisión.

La agenda mediática en los medios de comunicación masiva tiene como objetivo incidir la atención pública y modelar la comprensión de las temáticas, para generar un entendimiento global o universal. Por esta razón se procedió a realizar una investigación de la agenda mediática de Ecuador TV ya que se constituye como una televisora pública, cumpliendo con una responsabilidad social mayor que los medios privados, pese a que éstos tienen el mismo rol en la sociedad.

Antes de realizar la investigación de la agenda mediática en Ecuador TV es necesario conocer la historia de la televisión para saber el avance que ha tenido desde su origen y como ha ido influyendo en los televidentes con el avance del tiempo. Posterior a ello es importante saber qué es la opinión pública y cómo esta se relaciona con los medios de comunicación puesto que desde la aparición de la TV la gente encontró nuevas formas de comunicación y aprendizaje pero a su vez corría el riesgo de que la información observada por la TV pueda ser alterado o manipulado por las personas que estaban encargadas del funcionamiento del medio. Además es importante conocer el criterio del público sobre Ecuador TV por lo que se procedió a la realización de encuestas y entrevistas a personas que conocen del medio.

Una vez realizados estos tipos de ejercicios se procedió al análisis de la agenda mediática donde se establecieron fortalezas y debilidades del medio (Ecuador TV) y las diferencias con la televisión privada del Ecuador. Además se llevó a cabo un análisis del

contenido que tiene Ecuador TV constituido como medio público, es decir un canal que ayude a la intercomunicación entre personas de una misma sociedad con fines educativos en su transmisión.

Como resultado del análisis se obtuvieron diferencias con los medios privados del Ecuador en cuanto a su contenido. Además se puede deducir, según personas cercanas al medio (Ecuador TV), que los objetivos de éste canal son distintos a los de otros medios que por lo general buscan obtener ganancias mediante publicidad para poder auto sustentarse, mientras que ECTV tiene objetivos lejanos a estos puesto que no cuenta con publicidad de empresas privadas en su programación.

CAPÍTULO I

DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS Y LA TELEVISIÓN

1.1 Sus inicios

Con el paso del tiempo el ser humano se ha involucrado en un cambio constante de épocas con avances y retrocesos, siendo la realidad un escenario pleno para el cambio constante, destacando a la comunicación como un vivo ejemplo de implementaciones teóricas y prácticas. Desde el uso del dibujo y la pintura en la prehistoria, el ser humano fue transformando sus medios de comunicación hasta alcanzar la compleja red de la comunicación actual. La etapa inicial de la comunicación estuvo conformada por las relaciones sociales pensadas en la organización, cooperación y la convivencia que los unía. Es básico destacar que los roles sociales y comunicacionales no eran parte del entorno pero se fueron desarrollando con el pasar de los años.

El Australopithecus fue el primer homínido; a partir de éste evolucionaron el Homo Habilis y el Homo Erectus, y finalmente, en el último eslabón de esta cadena evolutiva encontramos al Homo Sapiens y al Homo Sapiens Sapien. Hasta la aparición del Homo Erectus se había iniciado el uso de herramientas a partir de los recursos naturales. Desde el Homo Sapiens se inicia el uso de técnicas rudimentarias de comunicación como la pintura y el tallado de piedras.

Al descubrir el trabajo a través del uso de herramientas, el hombre (Homo Sapiens Sapiens) se vio en la necesidad del uso del lenguaje articulado para comunicarse. De este modo, se fueron modificando los distintos órganos que servían para este fin. Finalmente, diversas modificaciones a través del tiempo derivaron en lo que hoy se conoce como comunicación (lenguaje, imprenta, medios de comunicación, etc).

1.1.1. Teorías de la Comunicación y su evolución

El hombre en búsqueda de satisfacer su necesidad de comunicarse creó medios masivos de comunicación y entre ellos la imprenta, la cual surgió en China pero fue perfeccionada por el complejo aparato de imprenta creado por el alemán Johan Gutenberg en la segunda mitad del s. XV. Gracias a esto se inicia la impresión de textos a gran escala en papel, lo que a su vez fomentó la comunicación en diferentes lenguas. Después de un sin número de inventos fundamentales para el desarrollo de la comunicación (telégrafo, código Morse, fonógrafo) surge la radio. Este medio masivo provocó gran expectativa en los años 80', mismo que fue fundamental para la creación de la televisión y de otros medios importantes vigentes en la actualidad tales como el internet y las redes sociales. Este avance tecnológico en los medios de comunicación demuestra que la comunicación ha sido y seguirá siendo el pilar fundamental de una sociedad debido a los cambios constantes que sufre, ya sean políticos, económicos y sociales.

La historia del hombre, es a su vez, la historia de la comunicación. La preocupación por este pilar fundamental del desarrollo humano se ha ido expandiendo con el pasar de los años. Muestra de esto son los diversos conceptos y opiniones acerca de los orígenes, funciones y medios de comunicación

David K. Berlo acota que “la comunicación debe ser sencilla, coherente y dirigida a un solo objetivo, este objetivo consiste en provocar una determinada conducta, no se debe divagar o establecer la comunicación ambiguamente por lo tanto esta comunicación debe hacerse en forma tal que seamos entendidos” (Berlo, 2000, pág. 4).

El funcionamiento de la comunicación parte del principio emisor-mensaje-receptor, para esto se debe mantener el mismo idioma y entender los mismos signos desde un punto de vista objetivo caso contrario resultaría inconcebible. Además, toda comunicación según Berlo tiene como objetivo el desarrollo de algún tipo de conducta o manifestación en el receptor.

En cuanto a la función social de la comunicación podemos remitirnos a Antonio Pasquali quien acota que “el ser humano desarrolla la capacidad de comunicar en grado máximo, como instrumento de interacción, de descubrimiento de la presencia del ‘otro’” (Pasquiali, 1986, pág. 5).

De esta manera se entiende a la comunicación como bivalente, pues quien transmite está en la posibilidad de recibir y viceversa. De allí que la comunicación es la equivalencia a la interacción humana per se.

Para la comunicación humana intervienen varios elementos que hacen posible su ejecución. Contamos con los órganos de los sentidos, con el medio circundante, con condiciones sociales establecidas y con diversos medios de comunicación. Entre estos últimos tenemos los mass media, los cuales han sido analizados por una infinidad de autores, entre ellos el propio Pasquali. En el caso de éste autor encontramos una crítica fundamentada en la falta de interacción (indispensable para la comunicación) de los medios masivos. Y es que, en estos medios se restringe la posibilidad de comunicar, en efecto sólo se informa. No es posible de éste modo una verdadera comunicación entre receptor y emisor.

“El término comunicar está vinculado al hecho de compartir, es decir participar en común, o poner en relación, se entiende ahora como transmisión de un punto a otro”

(Schanaider, 2004, pág. 5). Este significado nace del latín “communicare”, y predomina a partir del siglo XIX, con el surgimiento de la prensa y luego, en el siglo XX, con la aparición de los medios de comunicación masivos.

La comunicación se ve inmersa en todo acontecimiento social, en el poder, la tecnología, el conocimiento, la investigación, la democracia, la economía, la psiquis, es decir lo vemos desde todo ámbito de la vida social, de acuerdo a su desenvolvimiento se direccionan los diferentes tipos de mensajes.

Actualmente con la inserción de las nuevas tecnologías se modificó el modo de vivir, de entender la realidad y de ser parte de una cultura que registra nuevos cambios. El cine, la radio, la televisión y otros medios de comunicación, se hallan permanentemente en continuo desarrollo y tecnificación. Esto, sumado a los nuevos modelos de análisis por parte de la audiencia, ha resultado en diversas maneras de comprender la comunicación. Sin embargo, los mass media se han apoderado de la sociedad al extremo de moldear a la sociedad dentro de una cultura de medios, sociedad que depende de los mismos e incluso se definen a partir de la ideología que quieran acoger.

Uno de los problemas de los que adolece la comunicación en general y los mass media en especial, es el tema de la realidad social del emisor y receptor. Schramm define que “la comunicación es compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos, el mensaje está determinado en la etapa del proceso, separado del emisor y del receptor” (Schramm, 1983, pág. 6). Es evidente entonces que el mensaje en el que fluye la comunicación se interpretará de acuerdo a las construcciones sociales de quien lo reciba, dependiendo de los signos que se tiene conocimiento, queda claro que la comunicación aporta a la descripción de diversos mecanismos que permiten el planteamiento de nuevos esquemas. El mundo humano es un mundo de comunicación, que implica reciprocidad siempre y cuando estén dirigida a signos lingüísticos, que los sujetos lo verifican al transmitir conocimiento ya sea técnico o práctico.

Por otro lado, no hay que olvidar la relación entre la comunicación y las distintas ciencias (filosofía, historia, geografía, sociología, psicología, biología, etc.). Esto especialmente respecto a la divulgación científica, relacionado directamente con las construcciones sociales y el entendimiento o no del mensaje.

Regresando a la segunda mitad del S.XX nos encontramos con Harold Lasswell y ciertos dilemas respecto a la manipulación de la información. Este norteamericano determina que el proceso de la comunicación permite llegar al análisis por medio de preguntas quién, dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto, siendo su función preservar la transmisión eficaz de los mensajes. Gracias a esto, se incursiona en la semiótica, a partir de la década del sesenta y setenta, instrumento que ayudó a develar ideologías ocultas para transmitir mensajes. Gracias a los aportes del mencionado teórico se construyó un modelo de comunicación lineal y concreta.

Una de las primeras construcciones comunicacionales de este tipo, surgió a partir del S.IV a. C (334-331). Fue la retórica, donde los propósitos de un orador eran buscados a través de la persuasión en el discurso. Esta forma de hacer comunicación siguió hasta la mitad del siglo XVIII. Esto sirvió como un origen primitivo para lo que luego serían los pilares fundamentales de la comunicación lineal: destacar una persona que hable, nos remitimos al quién; el discurso que desarrollará es el qué; la persona a la que va dirigida o ya sea la que escucha el quién.

Según el código, “existen distintas clases de comunicación, tal como lo menciona Hugo Cieza en su presentación sobre los elementos y el proceso comunicativa” (Cieza, 2008, pág. 7).

Lingüística escrita.- cuando el código empleado es a través de la escritura.

Lingüística oral.- cuando el código empleado se realiza a través de la expresión oral.

- No lingüística visual.- cuando el código empleado es percibido a través de la vista.
- No lingüística gestual.- cuando el código empleado se realiza a través de gestos.
- No lingüística acústica.- cuando el código empleado es percibido a través del sonido.

Se ha enfatizado previamente el papel del entorno social como condicionante para los modelos de comunicación. La suma de aspectos son parte directa o no de la vida cotidiana de cada persona, se presentan orientaciones económica, políticas, ideológicas dominantes dadas en una formación social en la que la base es el proceso de la comunicación. Es posible orientar su acción hacia la transformación, en el impulso cercano del aporte de recursos ligados a la participación.

Dentro de esta perspectiva Daniel Prieto Castillo acota que la comunicación se divide en ocho elementos. En primer lugar está la formación social dedicada a los procesos de comunicación; le sigue el marco de referencia que es la vida cotidiana; los códigos, reglas de elaboración y combinación de signos; el elemento que le sigue es el emisor quien ofrece signos a los demás a través de sus gestos; el otro es el receptor quien extrae la información; los medios y recursos son los instrumentos que hacen llegar un mensaje a un receptor; los mensajes se comprenden como un conjunto de signos y el referente es el que comprende todo, sea objeto o situación de acuerdo a esta diagramación.

Se ha mencionado el papel del mensaje y parte de su contenido, en este sentido el asunto se aclara con los conceptos de Berelson que se refiere a la comunicación “como el conjunto de significados expresados a través de símbolos (verbales, musicales, pictóricos, plásticos, mímicos) que construyen la comunicación misma” (Berelson, 1997, pág. 8). Para la correcta transmisión del mensaje es necesaria una adecuada interacción, tema sobre el cual, es de rigor remitirse a Umberto Eco.

Este reconocido escritor italiano señala que “cuando se produce la comunicación entre dos hombres, es evidente que lo que puede observarse serán signos verbales o pictográficos, que el emisor comunica al destinatario” (Eco, 2000, pág. 8). Dado que Eco es un estudioso de la semiótica, profundiza sobre la calidad de los mensajes que pueden llegar o no al receptor. Existen varias formas de comunicación en la que el emisor y receptor son meros fundadores del acto expresivo: la descendente que son mensajes emitidos por la dirección; la ascendente que son mensajes que emite el personal y receptan sus superiores y queda la horizontal considerada como comunicación en las mismas condiciones.

No es válido dejar de lado la importancia de la comunicación interpersonal que opera en los niveles emocionales (sentimientos) y racional (pensamientos). Tampoco se puede deslegitimar la comunicación no verbal, de la construcción verbal, pues hay elementos que constituyen y ayudan a forjar el diálogo compartido. Y por último, cabe recalcar los conflictos (a distintos niveles) que pueden surgir en la noción de comunicación.

Como ocurre en numerosas ciencias del hombre y de la sociedad, la comunicación no está exenta de controversia. Dependiendo de la escuela y la posición que se tenga, las opiniones pueden divergir de manera abrupta. Por esta razón, es indispensable enfocar la comunicación de acuerdo al uso que se la quiera brindar, como respuesta se obtendrá una escuela electa que brinde el enfoque al que corresponde.

1.2.1 Comunicación de Masas

Con el surgimiento de la comunicación de masas se dio apertura al origen de tecnologías que se mostraban en condiciones sociales específicas. Este surgimiento provocó puntos de vista opuestos sobre la función social de los mass media. Así se desarrollaron y contruyeron teorías de la comunicación de masas, principalmente las defendidas por los llamados apocalípticos e integrados.

Respecto a este tema, Umberto Eco aclara que “el apocalíptico, en el fondo, consuela al lector, porque le deja entrever, sobre el trasfondo de la catástrofe, la existencia de una comunidad de «superhombres» capaces de elevarse, aunque sólo sea mediante el rechazo, por encima de la banalidad media” (Eco, *Apocalípticos e Integrados* , 1968, pág. 10).

Además, al hablar de los apocalípticos dice que “...la mera idea de una cultura compartida por todos, producida de modo que se adapte a todos, y elaborada a medida de todos, es un contrasentido monstruoso. La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la «cultura de masas» no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis. (Eco, *Apocalípticos e Integrados* , 1965, pág. 57)

En cuanto a los integrados, Eco se refiere a ellos como los principales defensores de los mass media, quienes se muestran demasiado optimistas en el sentido de avalar todo lo que esta instancia produce para la constitución de la denominada cultura de masas.

A partir del S,XX, surgen las primeras teorías sobre el papel de los medios masivos como son:

Teoría de los efectos mágicos: su exponente fue Lazarsfeld durante la década de los 40, quien manifestaba que “los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social del individuo” (Lazarsfeld, 2012, pág. 10). Para esta teoría es preciso tomar en cuenta los efectos que producen los programas de televisión en la audiencia, como el producir una gran carga significativa y, posiblemente, afectando al individuo en su contexto social.

Teoría de los usos y gratificaciones: mencionada por Elihu Katz, quien señala que esta teoría “ayuda a comprender las funciones del medio para el individuo y para la sociedad, se toma en cuenta las investigaciones de la comunicación de masas se han orientado en un sentido en el que se examinan programas específicos como mensajes específicos y posibles efectos específicos” (Katz, 2010, pág. 11). De esta manera, esta teoría aporta a descifrar los usos que otorgamos a diversos contenidos, mismos que pueden afectar comportamientos o actitudes de sus seguidores, además de pretender acoger nuevos gustos o ideales personales.

Teoría del espítril del silencio: fue expresada hace 30 años con su exponente Elizabeth Neuman que nos muestra que “el poder que tiene la opinión pública en cada uno de los individuos, ellos perciben tendencias y adpatan sus convicciones” (Neuman, 1992, pág. 11). Tras esta mención cada individuo defenderá su opinión en un caso dado, dentro de su entorno social defenderán su posiciones sea esta propia de su ser o adoptada por la opinión pública, contrastando en la forma de comunicación humana natural.

Para finalizar con esta etapa de surgimiento de teorías entre las más importantes es imprescindible citar la Teoría de la Agenda Setting, misma que fue publicada por Raquel Rodriguez que señala cómo los medios tienen influencias sobre las audiencias por medio de los contenidos que transmiten. A partir de esta teoría se llevará a cabo el análisis de

los contenidos que ciertos medios designan a sus intereses junto a la medición del *rating* y las formas de llegar a las personas con el juego de colores, programas nuevos (para llamar la atención). De esta teoría partiremos para abordar el análisis de la programación de la televisión pública.

1.3 Antecedentes de la televisión

Según el criterio de Sartori “la televisión —como su propio nombre indica— es «ver desde lejos» (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen” (Sartori, 1997, pág. 11)

“La televisión se desarrolló más tarde que la radio y el cine y tiene como antecedente la fotografía y otros inventos que permitieron la comunicación. La base de la televisión parte de imitar el ojo humano y es por esta razón que surge el fenómeno de la Persistencia Retiniana el cual es un fenómeno visual descubierto por el científico belga Joseph Plateau que demostró como una imagen permanece en la retina humana una décima de segundo antes de desaparecer por completo de la mente humana. Además Joseph Plateau descubrió que el ojo humano ve con una cadencia de diez imágenes por segundo. Por otra parte el fondo del globo ocular está recubierto por la retina, una finísima capa compuesta de millones de microscópicas células altamente sensibles a la luz que envían la imagen captada al cerebro por medio del nervio óptico la cual descompone la imagen en una infinidad de puntos. Estos puntos son clasificados e interpretados hasta tener una imagen” . (Leprohon, 1897, pág. 12)

Antes de la creación de la televisión hubieron muchos inventos con resultados positivos pero que no llegaron a impactar como lo que hizo John Baird junto al ingeniero alemán,

Paul Nipkow, quienes en 1884 diseñaron el primer equipo “mecánico de televisión”, mismo que aún no disponía de la electrónica pero tenía como objetivo la explotación secuencial de una imagen, suficiente rápida para que, aprovechando el fenómeno de persistencia retiniana (explícito anteriormente) fuera posible ver todo un cuadro plasmado de imágenes. Posterior a eso se creó un disco conocido como “Disco de Nipkow” el cual era un aparato receptor fabricado por una caja vacía con unos trozos de cables y unas lentes en forma de un disco que tenía pequeños orificios en espiral que al girar se obtiene una exploración secuencial de un cuadro.

John Baird realizó algunas emisiones de imágenes radiales en Febrero de 1928 y en el mismo año realizó su primer experimento de televisión en colores y transmitió imágenes que al ser vistas con unas gafas especiales dieron como resultado las primeras imágenes televisadas en relieve. Tras ésta emisión estados Unidos dio gran acogida a éste invento y posteriormente, la BBC de Londres, apoyó a Baird y puso en marcha la primera emisión de televisión el 10 de septiembre de 1929. Años más tarde Berlín y París emitían sus primeros programas regulares.

“De la noche a la mañana una nueva cajita se introduce en el hogar; y de ahí en adelante todo ocio se organiza en torno a ella” (Umberto, 1968, pág. 13). Con la aparición de la televisión las personas fueron cambiando su estilo de vida y reorganizando su tiempo de acuerdo a las primeras transmisiones de este medio. Además, la televisión resultó ser un medio de confluencia social para varios grupos sociales.

Cronología correspondiente al desarrollo de la televisión (Mora, 1982, pág. 14).

600 a.c	Tales de Mileto descubre la existencia de la electricidad, al frotar ámbar con piedra- imán
---------	---

- 1817 Jacob Berzelius descubre el selenio, más tarde utilizado como los ojos de la televisión.

- 1884 Paúl Nipkow inventa el primer sistema práctico de televisión con su disco analizador de imágenes.

- 1889 Se filma en Norteamérica la primera película experimental en movimiento por Thomas Alva Edison.

- 1895 Los hermanos Lumiere realizan, en Francia, la primera presentación pública del cinematógrafo.

- 1923 John Logie Baird y Charles F. Jenkins realizan las primeras transmisiones de televisión por alambre.

- 1935 La BBC de Londres inicia el servicio oficial de televisión con los sistemas Baird y Emi-Marconi, simultáneamente.

- 1938 Se determinan, en Norteamérica los estándares para la utilización del ancho de banda para la televisión.

- 1939 En los Estados Unidos se inicia oficialmente la televisión comercial, con la transmisión de la apertura de la feria mundial de Nueva York.

Hoy en día somos conscientes del paso que ha dado la televisión a nivel local, nacional, latinoamericano, mejor dicho mundial, en todos sus aspectos. Al inicio, era un lujo para las familias el poseer una aparato de este estilo, actualmente es común ser propietario de más de un televisor. Así mismo, otro aspecto positivo de este aparato fue la aparición del color en la imagen impactando los sentidos del televidente en cuanto a la recepción del mensaje. En la medida en la que este medio tomaba posesión social, cultural, educativa, se constituyó fue quedando de lado la industria del cine junto con su audiencia.

“Este aparato televisivo se desarrolla bajo el concepto del registro de la imagen y su inmediata transmisión al aire. Los medios de producción se ajustaron a estas condiciones de trabajo donde se producía un programa en el momento de su transmisión, de esta forma nace el criterio de que varias cámaras registraran la misma escena. Sin embargo no se podía, en sus inicios hacer un cambio de escena teniendo como resultado varias escenas por lo que la televisión recurre a sistemas establecidos en el cine para poder lograr éste objetivo. Anteriormente cada canal de televisión, debía disponer de un laboratorio de cine para procesar su material”. (CIESPAL, 1981, pág. 14)

1.3.1 El surgimiento de la televisión en Europa y EEUU

El escocés John Baird, fue el primero en crear un sistema televisivo mecánico completo en 1926 y en 1928, John Baird, emitió la primera demostración pública de un sistema capaz de mostrar imágenes en movimiento, mismo que fue en blanco y rojo con una resolución de 30 líneas con un tamaño diminuto y partió de la idea de Paul Nipkow quien inventó el “Disco de Nipkow” que fue mencionado anteriormente como parte de nuestro recorrido por la “Cronología correspondiente al desarrollo de la televisión”. Las ideas patentadas por los anteriormente mencionados personajes es producto de varios estudios que lograron en ese tiempo una revolución como fue el caso de las imágenes en movimiento, inventó que ahora utilizamos y conocemos como la televisión.

“Aparece la Baird Company Television Development Company y la BBC de Londres quienes incentivaron la venta de los televisores” (Villamarín, 1997, pág. 15). En 1929, a través de la Baird Television Development Company, empresa que fundó la proyección de las imágenes en movimiento y que fue creada con el propósito de sacar partido económico a este invento, participó en un proyecto para llevar la televisión a Alemania y

Francia. Pero no fue hasta 1930 cuando completó el desarrollo del primer televisor producido para ser vendido a las masas.

Conocido como el Baird Televisor, en Gran Bretaña se comercializaron 1.000 de estos aparatos a un precio estimado de 20 libras de la época. Fueron adquiridos por unas cuantas personas que pudieron contemplar desde sus casas las esporádicas transmisiones que efectuaban la BBC y la compañía de Baird. Tenía una resolución de 30 líneas y, al igual que el prototipo de 1928, las imágenes aparecían en rojo y negro debido al gas de neón que se utilizaba.

Farnsworth desarrolló un concepto diferenciado de televisor que basaba su funcionamiento en el uso de tubos de rayos catódicos. Sus esfuerzos obtuvieron respuesta cuando en septiembre de 1927, en su estudio ubicado en San Francisco, consiguió transmitir una primera imagen fija y se hizo con una patente para la explotación de este sistema. En agosto de 1934 realizó la primera demostración pública con uno de sus aparatos en el Franklin Institute de Filadelfia. Farnsworth se había convertido en la primera persona en utilizar cámaras y televisores contruidos en su totalidad por componentes electrónicos que podían transmitir y recibir imágenes en movimiento en tiempo real. Para su desgracia, el sistema que desarrolló necesitaba de demasiada luz, lo que a la postre impidió su comercialización a gran escala.

Las limitaciones asociadas a los aparatos de Farnsworth fueron resueltas por el ingeniero e inventor ruso Vladimir Kozmich Zworykin, que a principios de los años 20 empezó a experimentar con la creación de imágenes a partir de tubos de rayos catódicos. En 1925 realizó una demostración pública, pero la imagen era fija y tenía una definición y un contraste muy pobre. Sin embargo, pese a sus limitaciones iniciales, la compañía RCA (Radio Corporation of América) creyó firmemente en las posibilidades de esta tecnología y 2 años más tarde compró a Zworykin los derechos sobre la misma e intentó

comercializar los primeros equipos en Estados Unidos. Fue entonces cuando se toparon con la negativa de la Oficina de Patentes norteamericana, que falló en favor de la patente de Farnsworth e impidió que pusieran a la venta dichos aparatos.

Tras años de batalla judicial, en octubre de 1939 la RCA y Farnsworth llegaron a un acuerdo por el que la primera se comprometió a pagarle 1 millón de dólares al inventor durante un periodo de 10 años para poder así vender sus televisores. Estos habían sufrido una completa transformación respecto a los primeros modelos y estaban basados en un instrumento (antecesor a las cámaras de televisión) llamado iconoscopio que había creado un equipo liderado por el propio Zworykin y que consistía en el uso de rayos de electrones de alta velocidad que exploraban un mosaico foto-emisor.

Esta nueva generación de televisores fueron los que consiguieron el beneplácito del público norteamericano hasta la segunda mitad de la década de los 40, cuando poco a poco comenzaron a hacerse sitio los primeros aparatos en color. En la actualidad los avances tecnológicos siguen mejorando este invento y ahora existen los formatos en HD (High Definition), plasmas, LED (Light Emitting Diode), entre otras que tienen como base la creación de Baird pero que han ido mejorando con el pasar del tiempo.

1.4 Características de la televisión en el siglo XX

La televisión surgió por el desarrollo tecnológico y la aceptación cultural que tuvieron la radio y el cine a finales del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX; tal y como se apreció anteriormente con el descubrimiento de Paul Nipkow y John Baird que posteriormente desembocaría en la comercialización de la televisión por medio de la Baird Television Development Company y las primeras transmisiones de la BBC de Londres mencionadas anteriormente.

Antes de ver la transformación cultural que se evidenció en el siglo XX, debido a la televisión, se revisará el surgimiento de la misma en los principales países del mundo y el desarrollo que tuvo la TV con el pasar del tiempo.

En 1931, la RCA dio inicio a la primera transmisión de televisión experimental en el Empire State Building de Nueva York –Estados Unidos, misma que incluyó imágenes a las transmisiones de radio. Cinco años más tarde la BBC de Londres comenzó una nueva era de transmisión donde la definición de imágenes era de 405 líneas y 25 imágenes emitidas cada segundo.

En 1939, Francia, Alemania y la Unión Soviética comenzaron a desarrollar la tecnología televisiva pero se vio interrumpida debido a la Segunda Guerra Mundial. Durante esta época, y especialmente en Alemania, la televisión sirvió como medio para la propaganda oficial, para aumentar la autoestima de la población y para exagerar los logros bélicos.

“El primer canal en Francia apareció en 1947 y un año más tarde surgió en Moscú – Rusia. Cabe recalcar que la televisión en Estados Unidos se asentó en empresas privadas y redes comerciales donde la televisión se vio beneficiada de la publicidad, mientras que en Europa se creó un sistema estatal de radio y televisión. Es decir, Estados Unidos aplicó un sistema privado mientras que en Europa predominó el sistema público. Ambos influenciaron en América Latina pero el lineamiento norteamericano fue ganando espacio televisivo en los países sudamericanos.”.(Palermo, 2012, pág. 18)

En los años de post-guerra, en Sudamérica, Argentina inició su primera transmisión (1951) con la ayuda de Radio de Belgrano y el presidente Juan Perón quien autorizó la transmisión manejada por el empresario Yankelevich.

Años más tarde en Gran Bretaña, la emisora BBC fue uno de los medios con el mayor avance tecnológico debido a que, en 1948, transmitió los Juegos Olímpicos de Londres y en 1953 fue televisada la coronación de la reina Elizabeth II. Sin embargo, el desarrollo continuó y para 1960 ya había señal para toda Gran Bretaña que tuvo a más de 12 millones de televisiones en función.

El siglo XX, estuvo caracterizado por una transformación cultural, a través de dispositivos electrónicos que hicieron recuperar el mayor uso de los sentidos de la vista y el oído, como protagonistas del tiempo libre. En las distintas épocas, los medios no son los que crean las estructuras de conocimiento propias de la naturaleza humana, sino que se los acentúan. La comunicación escrita fue uno de los medios de mayor jerarquía en la antigüedad pero desde la aparición de la radio y televisión, en la segunda mitad del Siglo XX, la imprenta se vio afectada debido a que las personas preferían los relatos audiovisuales dejando de lado los productos de la imprenta.

La cultura audiovisual cambió los hábitos de las personas debido a que estas se informaban por medio de los periódicos y eran inclinados a la literatura, pero desde el nacimiento de la televisión muchos optaron por este aparato como medio de información y entretenimiento. Otro medio que perdió aceptación fue la radio pero ésta junto a la imprenta adaptaron su contenido acorde a la cotidianidad de las personas. Por su parte, la televisión tomaba fuerza con canales estatales y privados que beneficiaban a una sociedad industrial y de consumo debido a la publicidad. Esto sucede hasta la actualidad durante los programas de entretenimiento, noticieros, telenovelas, etc.

“En la sociedad industrial, el medio que más se desarrolló y se impuso, perdurando hasta hoy, fue la televisión, como medio de masas. En la sociedad industrial, pocos canales emitían para una gran audiencia. El sistema dominado por la televisión pudo caracterizarse fácilmente como un medio de comunicación de masas. Un mensaje similar era emitido de forma simultánea desde unos cuantos transmisores centralizados a una

audiencia de millones de receptores. Así, el contenido y el formato de los mensajes se cortaba a medida del mínimo denominador común. En el caso de la televisión privada, predominante en su país originario, los Estados Unidos, era el mínimo denominador común de la audiencia valorado por los expertos en mercadotecnia.

Para la mayor parte del mundo, dominada por la televisión gubernamental hasta al menos la década de 1980, la norma era el mínimo denominador común de las mentes de los burócratas que controlaban la radiodifusión, aunque los índices de audiencia cada vez desempeñaron un papel más importante. En ambos casos, se consideraba que la audiencia era en buena parte homogénea o susceptible de serlo. La noción de cultura de masas, que surgió de la sociedad de masas, fue la expresión directa del sistema de medios de comunicación que resultó del control ejercido por los gobiernos y los oligopolios empresariales sobre la nueva tecnología electrónica de la comunicación”. (Castells, 2001, pág. 19)

Desde 1980, el sistema de comunicación que primó estuvo caracterizado por ser de masas, es decir había pocos emisores, tuvo a la televisión como protagonista, y una audiencia medida en centenares de personas. A partir de este año la televisión y los medios de comunicación adoptaron algunas características que se evidenciaron en el texto de la Universidad de Palermo.

- Los medios tratan temas universales como el amor, la lucha del bien contra el mal, las fantasías, los medios, etc.
- Se trata de incrementar ganancias y para ello se piensa en ofertar según la edad, nacionalidad, género, situación económica, religión, etc.
- Se estableció como objetivo el aumento de la rentabilidad para generar nuevos negocios a base de la tecnología.
- Se da el avance de la televisión por abono (ya sea por medio satelital o por cable)
- Surge el alcance global de los canales internacionales donde los primeros fueron la CNN y BBC.

Para el siglo XXI, la televisión se ve amenazada con el surgimiento del internet que ha tenido gran acogida en las personas. Sin embargo, el acceso es un limitante importante en muchos países, lo que impide por el momento que el internet supere en usuarios a la televisión. A futuro la migración de usuarios de la TV hacia el internet podría desencadenar en otro cambio cultural tal y como pasó en los comienzos del siglo XX con la televisión. Esta tendencia se da fundamentalmente gracias a las redes sociales (facebook, twitter, instagram, etc.), que tienen como objetivo la interacción entre sus usuarios.

Estos nuevos medios de comunicación han cambiado las costumbres de las personas y han producido una nueva forma de interacción entre personas donde la garantía es la inmediatez. Twitter se ha convertido en uno de los medios de información más utilizados, debido a la infinidad de fuentes informativas sin ningún tipo de censura previa. El caso es más complejo respecto a facebook y redes sociales similares, pues es un medio que comparte distintos datos personales y ha llegado a reemplazar a medios de comunicación tradicionales (teléfonos, encuentros personales). Por último cabe destacar que otra de las ventajas es su disponibilidad en aparatos celulares.

1.5 Principales cadenas televisivas (CNN, BBC Londres, Televisa, Globo Brasil, Telesur)

1.5.1. Cadena CNN

La cadena de noticias CNN (Cadena de Noticias por Cable) la lanzó un empresario sureño Ted Turner, fundador de la misma, no abandona el objetivo de alcanzar con sus transmisiones todo el país. “A las 18.00 horas del domingo 1 de junio de 1980 comienzan las emisiones de ese empeño de Ted Turner que es la CNN” (Charo, 2005, pág. 21). Esta cadena fue la primera en cubrir las 24 horas del día en noticias, logrando su expansión progresivamente nació en Atlanta apartado de circuitos mediáticos de New

York y Washington así lo menciona el portal web, CNN comenzó con el esfuerzo de 225 personas, 70 cadenas en todo el mundo han imitando la fórmula de Turner.

Un 17 de enero de 1991 habitaba un bombardeo en Bagdad, muchas personas pudieron informarse a través de la televisión, a inicios de los 90 la CNN atravesaba por una crisis de audiencia, su retransmisión de la Guerra del Golfo, así se consolidó una cadena internacional con renombre, lo cual para Turner fue su prestigio.

La CNN ha sido parte de las nuevas tecnologías y desplazamiento de noticias para seguirlas a través de la televisión o por Internet, a nivel mundial y siguiendo agendas electrónicas, no podemos dejar de lado este dato en el que CNN registra 15 cadenas.

“Nos interesa conocer más de CNN en Español que lanzará un nuevo bloque de programación hecho exclusivamente para el mercado hispano en Estados Unidos, según ha anunciado este lunes en un comunicado Cynthia Hudson-Fernández, vicepresidenta ejecutiva de la cadena. La programación estará integrada por noticias, estilos de vida, entrevistas, documentales”. (García, 2012, pág. 21)

1.5.2. Cadena BBC Londres

La cadena televisiva BBC de LONDRES (British Broadcasting Corporation)

“Los Estados Unidos habían inaugurado ya una estación de televisión, la BBC de Londres decide, en 1929 apoyar a Baird , que puso en marcha la primera emisión regular de la televisión el 10 de septiembre de 1929, en los estudios de la BBC de Londres en un principio con una hora de transmisión. Años más tarde, Berlín y París emitían sus primeros programas regulares”. (Villamarín, 1997, pág. 22)

En la década de 1930 nació la televisión en países más avanzados como Gran Bretaña, Estados Unidos y Alemania, y en bajo porcentaje en Francia y la Unión Soviética. La BBC de Londres en español comenzó desde el 14 de marzo de 1938, el servicio Latinoamericano ha obrado como un puente de comunicación entre las naciones del mundo hispanohablante, desde los primeros años de la Segunda Guerra Mundial, su misión responde a la creación de un puente de comunicación entre las naciones, cada vez con extendiendo un paso con la formulación de texto, audio y video.

A nivel mundial la BBC ofrece servicios de radio en 43 idiomas en emisoras internacionales, en Europa y otras regiones no se ha dejado de lado la labro de dos canales de televisión internacionales BBC World (Noticias y análisis) y BBC Prime (entretenimiento). La BBC está en la vanguardia de los medios de comunicación internacional, entonces donde sea que se encuentre la audiencia para esta cadena, está al tanto en cualquier lugar del mundo.

1.5.3. Cadena Globo Brasil

En 1965 comienzan las transmisiones de la televisión Brasileña con su fundador Roberto Marinho hasta el año 2003, obtuvo una audiencia de cerca de 185 millones de personas ya que su programación se basaba en contenidos populares y sus telenovelas salen al aire en el año de 1966 con sus éxitos en los ´70. “El primero de septiembre de 1969 sale al aire “Jornal Nacional en Sao Pablo, Río de Janeiro y Belo Horizonte (las tres ciudades donde Globo se había establecido hasta entonces), inaugurándose la Rede Globo de Televisión” .(Buenos Aires, 2010, pág. 23)

Por los años ´70 se expande la Red Globo TV, no cesa el desarrollo tecnológico entre 1975-1985 junto a su expansión internacional, al formularse la nueva constitución en

1988 se evidencia madurez empresarial, la cobertura se extiende definitivamente a nivel nacional, también el doblaje en algunos idiomas permitiendo acercar a las naciones; cabe mencionar que en sus inicios la televisión brasileña imita la propiedad privada con escasa regulación de contenidos, con la previsión de cambios, la TV se torna más popular

Esta cadena es televisiva y también radial, se encuentra vigente la normativa siendo su aprobación en 1962, con la disposición de hacer radio local, regional y nacional, estas emisoras deberán hacer de su programación al menos 5 horas semanales dedicadas a la educación lo mismo acontece en el sistema visual, se destaca el horario importante entre las 18 y 24 horas en el que salen al aire las telenovelas más famosas, en las que su trama lleva un lenguaje diferente a la de otros países latinoamericanos.

1.5.4. Telesur

Es necesario comenzar por la determinación de la palabra “TeleSUR es un multimedia de comunicación latinoamericano de vocación social orientado a liderar y promover los procesos de unión de los pueblos del SUR” (Telesur, 1990, pág. 24).

En la página oficial del canal del Sur, se manifiestan aspectos que caracterizan a este medio que está en constante búsqueda de un nuevo orden comunicacional, procesan un servicio público, con contenido informativo y formativo con una visión integradora de los pueblos. Puntualizan como políticas de trabajo el compromiso al brindar contenidos y servicios impulsados por su identificación y lealtad, la atención con respeto hacia la audiencia con el fin de superar sus expectativas accediendo a la información veraz y oportuna. La excelencia es otra característica para llegar a los objetivos y metas con niveles de excelencia, calidad, competitividad en lo personal y colectivo. Aceptando con responsabilidad las decisiones y consecuencias de sus actos con miras a mejorar.

Destacan el trabajo en equipo con el cumplimiento de la visión, misión e incluso los principios y valores parte de su organización.

Promover logros y resultados colectivos, en un ambiente interno digno y armónico, que facilita el intercambio de conocimientos y experiencias. Su potencial es la responsabilidad en el cumplimiento de nuestras atribuciones y apoyamos a nuestros compañeros de trabajo en el logro de los objetivos y metas comunes. No está por demás mantener una comunicación abierta y eficiente con honestidad y respeto.

Quienes son parte de TELESUR consolidan su quehacer con la participación protagónica de los pueblos, con el objetivo de promover la inclusión sin distinción de edad, etnia, orientación sexual o condición social o política. Poner en conocimiento las capacidades de quienes laboran en el medio para crear confianza con la utilización de la creatividad, imaginación entusiasmo, su política de ética orientada a la equidad social, la solidaridad humana, es considerable que un medio de comunicación impulse el respeto al medio ambiente a través de publicidad o hasta programas educativos.

1.5.5. Televisa

Desde la página oficial de la cadena TELEvisa se toma la historia del medio de comunicación, puntualizando desde sus inicios 1930, cuando Don Emilio Azcárraga Vidaurreta realiza las primeras transmisiones de la estación de radio XEW, desde las calles de Ayuntamiento, en el viejo Centro Histórico la ciudad de México. La visión de Televisa es "Ser el líder mundial en la producción y distribución de entretenimiento e información de habla hispana."

Esta cadena audiovisual tiene como misión "Satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de nuestras audiencias, cumpliendo a la vez con nuestras

exigencias de rentabilidad a través de los más altos estándares mundiales de calidad, creatividad y responsabilidad social."

La cadena Televisa es un consorcio multimedia, para satisfacer los gustos de todas sus audiencias. Televisa significa comunicación, creatividad y trabajo, la base para fundar conceptos de calidad. Después de varios años de experimentación, en 1950 se le otorga al Sr. Rómulo O'Farrill la primera concesión para un canal de TV, convirtiendo a XHTV Canal 4 en el primer canal de televisión en México y en América Latina.

Inician sus transmisiones oficialmente en 1951, con el segundo canal de la televisión mexicano XEW-TV Canal 2, fundado por el pionero de la radio, Don Azcárraga, transmitiendo desde las instalaciones de la XEW, "La Voz de la América Latina desde México". Ese mismo año se inauguran las instalaciones de Televisión en Avenida Chapultepec #18, lugar donde operaría el nuevo medio de comunicación.

En 1952, Guillermo González el inventor de la televisión a color, recibe la concesión del tercer canal de televisión en México: XHGC Canal 5. Para 1955 se crea Telesistema Mexicano, surgida de la unión de los canales de televisión 2, 4 y 5. En 1968, surge XHTM-TV Canal 8, Televisión Independiente de México, propiedad de un grupo empresarial regiomontano, que inicia operaciones en sus instalaciones de San Ángel Inn, al sur de la ciudad de México.

En 1973, con la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, se forma TELEvisa (Televisión Vía Satélite), cuyo principal objetivo es coordinar, operar y transmitir las señales de los canales 2, 4, 5 y 8.

En 1985, la señal de Canal 8 cambia, para convertirse en XEQ Canal 9, un canal cultural dedicado por completo a la difusión de la ciencia, la cultura y las artes en México. Varios años después, Canal 9 asume nuevamente su formato comercial.

En el año de 1988, Televisa concreta la creación del primer sistema de noticias en español vía satélite: ECO (Empresa de Comunicaciones Orbitales), transmitiendo en vivo las 24 horas del día a toda la República Mexicana, los Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa Occidental y el norte de África. A pesar de su innovadora propuesta, en 2001 ECO tuvo que ser retirado del aire debido a que dicho formato no era apto para la televisión abierta. En 1997 asume la presidencia del Grupo Televisa el Sr. Emilio.

Los valores que hacen de Televisa un realce en su trabajo diario, son la credibilidad preocupada por otorgar la organización para sus empleados desde el cuerpo ejecutivo; otro aspecto es la ética que acota a los valores de forma individual y colectiva; la integración; así como también el liderazgo que se acerca a la responsabilidad en su labor incluyendo la innovación propia para competir con éxito indispensable para la adaptación y el crecimiento.

CAPÍTULO II

CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Para entender a la Opinión Pública hay que tomar en cuenta que este término nace de uno más sencillo como es el público que viene a ser la entidad de cada individuo. “El público es considerado como un ser racional capaz de emitir juicios de valor por lo tanto, cada opinión se la caracteriza como válida. Así mismo se debe entender que las personas pueden formar grupos a las que se las denomina como masas” (Lippman, 2003, pág. 28). Por esta razón la Opinión Pública estará encaminada a un criterio grupal o individual.

La noción de la Opinión Pública es muy antigua, la cual tiene un sin número de definiciones. Para tener más claro lo que significa la Opinión Pública es necesario adentrarnos en algunos de los significados que este término ha adquirido a lo largo de los años.

Ferdinand Tonnies (1902) manifiesta que la Opinión Pública “abarca todas las relaciones resultantes de la sociabilidad contractual, de los contactos y de los propósitos políticos” (Ferdinand, 1957, pág. 28). Este sociólogo alemán implementó dos términos muy conocidos en el viejo continente y que era aplicado en años anteriores a 1933.

Gemeinschaft.- Término que hace referencia a la *comunidad* donde los individuos que forman parte se encaminan a pensar en grupo y más no individualmente. Esta unión es marcada voluntariamente donde se aplica la responsabilidad y el comportamiento apropiado.

Gesellschaft.- Es un término que usualmente se traduce como sociedad. Se refiere a grupos sociales que están sustentados por un fin común. Puede ser ejemplificado en la familia o en el vecindario.

La Opinión Pública tiene como instrumento a la moral. Es decir, se basa en las normas que rigen a determinada comunidad. Este instrumento fomenta, sostiene o impide las tendencias sociales; además es defendido públicamente por doctrinas y opiniones que lo hacen más estricto. Por lo tanto, la Opinión Pública es un conglomerado de puntos de vista, deseos y propósitos.

Según Walter Lippmann (1922) en su texto “La Opinión Pública y la percepción de la credibilidad” (Walter, 2003, pág. 29). Esto manifiesta que los individuos no somos observadores objetivos, pues estamos expuestos a estereotipos o intereses que harán que cada persona perciba la realidad de un modo diverso y limitado. Además señala que la prensa tampoco ofrece la tan anhelada visión objetiva ya que debe apegarse a los gustos, estereotipos, intereses y códigos de sus lectores. Por esta razón él menciona que la Opinión Pública es cada una de las imágenes que las personas tienen dentro de sus cabezas y que cada una de ellas tienen que ver consigo mismo, con los demás, con sus propósitos o con las diferentes relaciones se puede catalogar como opinión pública.

Las ideas expuestas por Walter Lippmann y Maribel García Méndez, generan 5 enfoques sobre la Opinión Pública en su libro “Credibilidad y Opinión Pública” (Mendez, 2003, pág. 29)

1.- Opiniones Individuales.- Se hace un análisis sobre las opiniones personales vertidas sobre un tema para sacar conclusiones generales sobre las opiniones anteriormente manifestadas.

2.- Reflejo de las creencias de las mayorías.- La Opinión Pública debe ser entendida como el equivalente de las normas sociales, de las creencias y valores de la mayoría de los ciudadanos que terminan siendo la base de la Opinión Pública.

3.- Resultados de los juicios de poder.- Aquí no será primordial lo que los individuos piensen sino la forma en que sus opiniones sean cultivadas, cristalizadas y eventualmente comunicadas por los grupos de interés. A este grupo pertenecen los partidos políticos, las organizaciones comerciales, corporaciones, etc. Estos grupos organizados son fuentes de presión para la legislación.

4.- La opinión de los líderes sociales.- este enfoque considera que la Opinión Pública no es el resultado de la reflexión de los ciudadanos, sino que se trata del reflejo de lo que creen los líderes sociales como los políticos, periodistas, encuestadores, etc. En este punto hace hincapié Walter Lippmann quien menciona que el ser humano no tiene la posibilidad de estar informado sobre cuestiones gubernamentales lo que impide que la gente tenga una opinión válida.

5.- No Existe.- En este punto se llama Opinión Pública al equivalente a la opinión de los medios y las élites sociales que construyen criterios de acuerdo a sus necesidades.

2.1. Los factores componentes de la Opinión Pública

Al hablar de Opinión Pública es determinante saber que componentes pertenecen a este fenómeno. Es válido remitirse a Vicent Price en su libro “La Opinión Pública” (Vicent, 1994, pág. 30). En este libro hace mención a los factores o componentes de la Opinión Pública y su clasificación estudiados por Bernard C. Hennessy:

La presencia de un tema. La Opinión Pública se forma alrededor de un tema o conjuntos de temas públicos que se encuentran en el tapete y que ocasionan posturas contrapuestas.

La naturaleza del público. Hay muchos públicos volcados hacia diferentes focos de interés. Cada tema genera su propio público, aunque en muchos casos algunos individuos se sitúen en diversos públicos.

Un complejo de creencias del público. Se trata de la distribución de las opiniones sobre un tema. Hay que tener en cuenta que algunas creencias y sólo algunas son mutuamente excluyentes entre sí. Ellas están en función de las actitudes y experiencias anteriores, como de la complejidad del tema. Algunos temas homogenizan públicos y otros no. Este conjunto se denomina “complejo de creencias”. En política suele presentarse una situación dicotómica: posición de mayoría y de minoría.

La expresión de la opinión pública. Resulta desde los medios de comunicación de toda su variedad hasta los gestos, mímica y todos los códigos simbólicos.

El número de personas involucradas. En cada caso el número es diferente y quizá incierto; lo importante es que el número sea capaz de producir algún efecto.

Estos componentes son básicos para entender los complejos pasos que conforman la estructuración y cambios en la opinión pública.

2.1.1 La Opinión Pública en el Orden Político

Dejando de lado lo que es la Opinión Pública; cabe citar lo manifestado por Aristóteles en uno de sus textos: “El Hombre es un Animal Político por Naturaleza” (Aristóteles, 2002, pág. 31). El filósofo griego se refiere, con esta frase, a que todo humano es un “animal racional” que puede optar por decisiones y elegir a quien fuese su amo (esto último debido a la aprobación de la esclavitud en la época). Aristóteles pensaba que lo máspreciado que tenía el hombre era su razón, siendo los griegos los únicos que poseían

la razón, según él porque sus instituciones velaban por el desarrollo, virtud y consecución de felicidad.

En ese contexto, todos los que nacen dentro de la Polis, están en la comunidad de los humanos. Todos los demás son "bárbaros", pseudo-hombres, "esclavos por naturaleza" (persas, egipcios, africanos, americanos, etc.). Aparte de las diferencias y errores establecidos por Aristóteles, hay que señalar que el derecho a elegir y por ende a opinar públicamente es inalienable, tomando en cuenta las de leyes que rigen la sociedad.

Para este filósofo griego el gobierno siempre va a depender de las circunstancias de la sociedad en la que se viva y para ello menciona tres formas legítimas de gobierno: monarquía (gobierno de uno), aristocracia (gobierno de los mejores) y república (gobierno de muchos). Cabe recalcar que a estos tipos de gobierno se suma el “gobierno de los pobres”, a lo que él llamaba democracia. Por esta razón, es necesario señalar lo que acota Giovanni Satori:

“Todo ciudadano es políticamente igual y para ponerlo en práctica se propuso más participación efectiva; derecho a ser escuchado a diferencia del autoritarismo donde prefiere mantener a una sociedad callada y sin educación política o de cualquier índole; igualdad de votar y poder ser votado; que la información fuera más fácil de digerir para todos y que hubiera información alternativa para que la gente comprendiera lo que pasa y así pudiera participar y elegir lo más conveniente; que todos tuvieran el control de la agenda para discutir diferentes temas; ya que si sólo elige una persona ella tendría el poder” .(Sartori, Teoría de la democracia , 1988, pág. 32)

Ante la clase de gobiernos mencionados anteriormente se debe señalar que no existe Opinión Pública en gobiernos autocráticos, sencillamente porque no existe un debate público y sólo hay una voz oficial. En esta clase de sistemas políticos existen opiniones privadas pero no suelen salir a la luz debido a que hay condiciones de represión que

permite la expresión bajo sus propias leyes. Esto es diferente a lo que sucede en otro tipo de sociedades donde existe la democracia y la Opinión Pública que permiten el funcionamiento de una sociedad donde se garantizan los derechos y libertades de los ciudadanos como es el caso de la libertad de expresión y opinión.

Ésta última de ser pública permite la participación de los ciudadanos sobre temas de interés donde “los controles, manipulaciones y obstáculos que se pongan a la opinión pública repercutirán necesariamente en el desarrollo democrático de la sociedad” (Monzón, 1987, pág. 33). Aquí es importante rescatar la relación entre la Opinión Pública y el Sistema Político, como en el caso de las elecciones donde los gobernados elijen a sus gobernantes para que éste ejecute con las necesidades del pueblo, siendo este el responsable de los actos que elige el “pueblo” por medio de la Opinión Pública.

2.1.2 Teorías de la Opinión Pública

La Opinión Pública es un término empleando desde el S. XVIII, por posturas teóricas construidas a lo largo de la historia hasta la actualidad donde es muy utilizada. A continuación se estudia a algunos filósofos griegos que hacen mención a este fenómeno.

Platón, en su libro Parménides (Diálogo) hace una separación entre doxa (opinión) al que hace referencia al criterio del pueblo y epistema (ciencia) que para él era un auténtico conocimiento que tenían reservado una minoría de personas. Por lo tanto, para el filósofo griego “la opinión podría ejercerla cualquier persona perteneciente a una sociedad, similar a lo que hoy conocemos como Opinión Pública; mientras que la verdad científica la tenían los hombres de ciencia” (Platón, 1871, pág. 33).

Por otra parte, Aristóteles menciona que el doxa es un conocimiento probable, mencionando que las personas para opinar no deben acudir a la ciencia, pues todos

poseemos el criterio del sentido común, de las experiencias y, por lo tanto, de las comprobaciones empíricas.

Para la Edad Media apareció, con algunos cambios en cuanto a términos planteado desde la perspectiva de la fe y que posterior serán abandonados con el Renacimiento, Nicolás Maquiavelo con su libro *El Príncipe* (Maquiavelo, 1513, pág. 34). Aquí él logró desarrollar las ideas básicas de la comunicación política entre gobernantes y gobernados.

Después de la Edad Media, Hobbes señalará que la conciencia se convierte en opinión, nivelando los actos de crear, del juzgar y del imaginar, en tanto Locke, habla de la Ley de la opinión, de gran importancia como la Ley divina y la Ley estatal. Ella no es otra cosa que la idea que de uno tienen los demás. De los fisiócratas, Mercier de la Riviere, en 1767, expuso su doctrina de la opinión señalando que quien manda no es el rey, sino el pueblo a través de la opinión pública.

Neumann manifiesta que “la opinión de la mayoría no sólo se configura a partir de una discusión argumentativa, sino que también depende de los elementos psicosociales, de los valores seguidos y perseguidos por el individuo en su socialización y que hayan dado lugar a su estructura cognitiva, de la percepción propia de la opinión mayoritaria y, principalmente, del temor al aislamiento. La sociedad amenaza con la exclusión a quienes se alejan del consenso; de lo moral y supuestamente válido; de lo establecido, por ellos mismos y por los medios de comunicación de masas, han ido en contra de cuyos criterios que nos cuesta tanto opinar. Esto es lo que viene a expresar la teoría de la espiral del silencio, que la opinión de la mayoría determina el comportamiento de los individuos y cuestionan la elección de expresarse públicamente o permanecer en silencio”. (Neumann, 1992, pág. 34)

El Espiral del Silencio nos muestra con numerosos ejemplos el poder que tiene la Opinión Pública en cada uno de los individuos, entendidos como seres particulares y, sobre todo en aquellos más frágiles que se sienten ligeramente desplazados del entorno social. Así, para la creación de su opinión individual, que más tarde cuando sea

compartida se convertirá en una opinión colectiva y pública, el individuo parte de la perspectiva de la observación de su entorno social, y es capaz de renunciar a su propio juicio y de reprimir sus instintos con tal de evitar el rechazo por parte de la mayoría, por la sociedad que acepta, apoya y defiende otra postura. Estos individuos frágiles que se percatan de que sus juicios y convicciones pierden terreno y firmeza se sienten cada vez más inseguros, y como consecuencia, son cada vez menos propensos a expresarse públicamente, y apoyan a la opinión dominante que en su mayoría son establecidos por los medios de comunicación u otros poderes jerárquico quienes hacen uso de la opinión dominante que en la mayoría de los casos ha surgido como consecuencia de los propios medios de comunicación, de la mediatización de los mensajes y del trasvase de información, que son canales de los cuales procede la estimación, al menos en un primer momento, del clima de opinión.

Jean Jacques Rousseau (Rousseau, 1999, pág. 35). Utilizó por primera vez el término Opinión Pública. Se preocupó del poder que este tenía en la sociedad y el poder político resultante. De esta manera se puede deducir que el término al que se hace referencia existió desde hace varios siglos pero que se lo conocía con otros nombres.

Habermas se interesó por la investigación sobre el espacio público (Öffentlichkeit) y la Opinión Pública (öffentliche Meinung) (Habermas, Historia y Crítica de la Opinión Pública, 1981, pág. 35).

En los años setenta y ochenta Habermas publicó la Teoría de la Acción Comunicativa, donde presenta la discusión o crítica pública como la única posibilidad de superar los conflictos sociales, gracias a la búsqueda de consensos que permitan un acuerdo mutuo y la cooperación a pesar de las diferencias que se puedan presentar entre ambas partes. Consecutivo a ello, trató la cuestión de la Opinión Pública, a la que considera una pieza clave de su propuesta de política deliberativa. En su libro “Facticidad y validez” (publicada en alemán en 1992) lleva a cabo una investigación sobre la relación entre sucesos sociales y la política democrática. El espacio público se presenta como el lugar de surgimiento de

la Opinión Pública, que puede ser manipulada y deformada, pero que constituye el eje de la conexión social con el aspecto político debido. Las libertades individuales y políticas dependen de la dinámica que se suscite en dicho espacio público surgido por la opinión.

En uno de sus primeros escritos, Habermas menciona el concepto de «Opinión Pública» con relación al «Espacio Público»:

“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público”. (Habermas, 1973, pág. 36)

En la mención anterior se hace hincapié en la construcción de cualquier grupo de diálogo y de todo tipo de público en la formación de la trama de lo público y en la generación de opinión en torno a tópicos diversos en las que distintas personas pueden tener intereses comunes y diferentes perspectivas. En este sentido, no es un espacio político per se sino ciudadano, civil y no de un determinado sistema o estructura social. Sin embargo, es importante determinar lo ineludible al tema político respecto al espacio público y a la Opinión Pública.

“Hablamos de espacio público político, distinguiéndolo del literario, cuando las discusiones públicas tienen que ver con objetos que dependen de la praxis del estado. El poder del estado es también el contratante del espacio público político, pero no su parte. El título «opinión pública» tiene que ver con tareas de crítica y de control, que el público de los ciudadanos de un estado ejercen de manera informal (y

también de manera formal en las elecciones periódicas) frente al dominio estatalmente organizado”. (Habermas, 1973, pág. 37)

Habermas hace una diferenciación en el espacio público donde da importancia al aspecto político que es un generador de opinión pública. Por esta razón existe una amplia relación entre el Espacio Público y la Opinión Pública, temas de interés de Habermas.

2.2 La Opinión Pública y el papel de los Medios de Comunicación

Los primeros estudios sobre la comunicación masiva se originaron a partir de la década de 1830 con el periódico de masas que fue un éxito en New York y se difundió en varias partes del mundo. En la cuarta década del siglo XIX se combinó la tecnología con la impresión, el paisaje audiovisual mundial va a experimentar profundas transformaciones provocadas por irrupción de la televisión digital, permitiendo el uso del mismo canal para difundir ocho veces más cadenas al mismo tiempo.

En el Siglo XX tuvo su origen la radio hogareña para que más tarde, alrededor de los 40, la televisión doméstica ocupe su espacio. Para la década de los 70 la comunicación de masas se había convertido en un hecho de la vida moderna.

“La mayoría de las opiniones recogidas son frágiles e inconsistentes” (Sartori G. , 1997, pág. 37). En el tema de los medios de comunicación se señalan que las opiniones son parte de la creación de la esfera pública, ya que se caracterizan por ser sondeos específicamente débiles. Además resulta dificultoso obtener opiniones profundas y con argumentos válidos. Queda a la elección e incluso la forma de ver de las personas el concepto que se llevan de cada acción para defender su ideología.

En el ámbito de la Opinión Pública y medios de comunicación se resalta la finalidad de la estructura significativa publicitaria, que conforma una dinámica comunicacional,

creando en el televidente una estructura informacional y con ello genera Opinión Pública.

Los medios de comunicación conforman una herramienta persuasiva que son parte de la esfera pública y que están aliados de una u otra forma a escenarios políticos, económicos, sociales o culturales.

Para alcanzar la llamada Opinión Pública son necesarios elementos de acción como la publicidad. Esta define lo que quiere vender para buscar cambiar rasgos cognoscitivos y el comportamiento de los destinatarios y apelar a los sentimientos, gustos, e intereses de las personas.

“La publicidad emite mensajes a través de gran cantidad de medios, y los mismos se multiplican más allá de esos medios. El mensaje publicitario se emite unipersonal o multipersonalmente y también se recibe de las dos maneras” (Paoli, 1988, pág. 38)

Específicamente en la televisión, se destaca el lenguaje directo para hacer que la gente entienda y comprenda, con frases puntuales, recordando que el tiempo en televisión es muy corto. Las prioridades son estimular opiniones, sentimientos, el reconocimiento de personajes, saber cómo llegar a la gente y ganar credibilidad. La televisión, así como otros medios, son los responsables de emitir información y los llamados a generar Opinión Pública.

La televisión ofrece productos para las masas, defendiendo sus intereses y cumpliendo la estructura dedicada al entretenimiento, información y educación. Autores como Giovanni Sartori afirman que “la televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte, como decía anteriormente, relaja al homo ludens, siendo la televisión invasora de nuestras vidas” (Sartori, 1998, pág. 39).

“El sistema en el que evolucionamos funciona de la siguiente manera: si todos los media dicen que algo es verdad, es verdad, eso es verdad incluso si es falso” (Ramonet, 1998, pág. 39). Entonces el televidente se limita a receptar la información y es parte del acontecimiento, alcanza el proceso de auto-información junto a los elementos que tiene, construye su concepto de opinión pública y grafica mentalmente lo que ocurre, dado el caso que sigue otras señales mediáticas y se transmite la misma información.

Otros autores como Flavia Freidenberg puntualizan que “Los medios de comunicación de masas como política pública cuando son de propiedad pública también pueden ser entendidos como instituciones políticas que se encargan de desarrollar un servicio público en beneficio de toda la población” (Freidenberg, 2000, pág. 39).

Un medio de comunicación cuando es público, no se remite únicamente a información y el seguimiento del gobierno de turno, sino que incorpora aspectos netamente de carácter social, que aporten al desarrollo de los ciudadanos, ya sea en el ámbito político, social y económico para informar al público.

Bernard Berelson lleva a cabo el análisis de contenido en el cual propone ser objetivo, sistemático y cuantitativo (Agenda Setting). El resultado se encuentra vinculado al tema de los líderes de opinión que son individuos que reciben la información de primera mano, que hacen posible transmitir nueva información, es decir agendar nuevamente los contenidos con hechos noticiosos.

En este sentido la televisión como medio de comunicación se enfoca en ciertos lugares que concentran la atención, al arribar el proceso de selección de la información y temas de interés. Esto da lugar a la “Agenda Setting” compuesta por dos ejes que es el contenido y la percepción pública, moldeando de esta manera la realidad que se quiere emitir como un ejercicio de poder.

CAPÍTULO III

LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA MEDIÁTICA

3.1. Fundamento Teórico

La Teoría de la Agenda Setting, fijación o establecimiento de la Agenda según Maxwell McCombs, hace referencia al funcionamiento sobre cómo los medios de comunicación influyen en el público directa o indirectamente, no en las opiniones o dictámenes que estos enuncian; sino procurando la relevancia o el espacio informativo a temas que estos medios consideran como importantes para generar opinión pública.

"La prensa no puede tener éxito la mayor parte del tiempo en decirle a la gente qué pensar, pero es increíblemente acertado en decir a sus lectores lo que pensar" (Berlo K. , 2000, pág. 41).

Bernard Cohen establece un tema importante en cuanto al propósito de los medios de comunicación para hacer su Agenda Setting o mediática, y es que son los "medios de comunicación quienes aprueban el conjunto de temas que se tratará en la mencionada agenda. Posterior a esto se crea la Teoría del Establecimiento introducido en 1972 por Maxwell McCombs y Donald Shaw cuando se proponían a estudiar el papel de los medios en la campaña presidencial de 1968 en Chapel Hill en Carolina del Norte – Estados Unidos de Norteamérica". (McCombs, *The Agenda Setting Function of Mass Media*, 1972, pág. 41)

En su libro "Public Opinion Quarterly" Maxwell McCombs y Donald Shaw llevaron a cabo un estudio en Chapel Hill; Carolina del Norte, donde encuestaron a algunos votantes indecisos en el transcurso de la campaña presidencial de 1968 para saber el impacto de los medios de comunicación.

Su investigación dio como resultado que los medios de comunicación posicionaron en su agenda temas específicos para generar Opinión Pública. Posteriores investigaciones señalaron que la Agenda Setting fue fundamental en el campo de la crítica. Es decir, los medios de comunicación, en aquella época, programaron la agenda para generar Opinión Pública, objetivo que fue logrado según las investigaciones de Maxwell McCombs y Donald Shaw, quienes denominaron el “causa y efecto” de la agenda mediática. Posteriormente la Universidad de Yale ratificó que los medios de comunicación son una influencia para las personas dependiendo el tema que se plantee. A partir de lo dicho por Bernard Cohen nace la Teoría de la Agenda Setting o Mediática.

3.1.1 Funciones de la teoría

La función de la Agenda-Setting tiene múltiples componentes (McCombs, The Agenda Setting Function of Mass Media, 1972).

- Agenda en Medios: Se tratan temas discutidos en los medios de comunicación (periódicos, televisión, radio)
- Agenda Pública – Se tratan las cuestiones examinadas que son relevantes para los miembros del público.
- Agenda Política – Se mencionan temas que los políticos consideran importantes.
- Agenda Corporativa – Habla de temas que las grandes empresas y corporaciones consideran importantes.

Estas cuatro agendas están interrelacionadas debido a que la prensa y los medios de comunicación no siempre reflejan la realidad, sino que filtran información para aumentar la concentración de las personas en unas cosas que son menos importantes que otras. Esto siempre dependerá del medio.

Por otra parte, existen dos ejes importantes dentro de la Agenda Setting, los cuales corresponden a dos etapas de investigación bien desarrolladas:

1. El primer eje se concentra en los temas y la importancia del público. (Los medios nos dicen sobre qué pensar pero el público elige en qué medida creer)

En la década de los 90, McCombs junto con Shaw, Estrada, Evatts y Campana se cuestionaron la medida e importancia de la influencia de los medios de comunicación en la toma de decisiones de las personas en casos públicos.

Sin embargo, Donald Shaw señala que “el público asigna la importancia y énfasis que le da a los mass-media donde la comprensión radica en una realidad social del individuo porque los medios proporcionan y clasifican noticias que proporcionan más importancia que otras. Es notorio que los medios tienen la capacidad de estructurar y organizar “nuestro” mundo a través de la práctica diaria de la programación pero el público es quien otorga el nivel de confianza e importancia del medio y la noticia percibida”.(McCombs, Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo , 1994, pág. 43)

2. El segundo eje investiga sobre los aspectos o atributos en los cuales enfatizan los periodistas al informar sobre los hechos. (Los medios nos dicen qué pensar)

Estos dos niveles surgen de lo que Walter Lippmann señala en el capítulo “The World Outside and the Pictures in Our Heads” (El mundo afuera y las imágenes en nuestras mentes) (Lippmann, 2003, pág. 43)

En su libro Walter Lippmann menciona que los medios de comunicación e información son una fuente fundamental de las imágenes que abundan en nuestras mentes sobre el mundo en los asuntos públicos (políticos, deportivos, sociedad, etc.). Estos medios de

comunicación hacen que el mundo esté, para los ciudadanos, fuera de alcance, fuera de la mente.

Lo que se sabe del mundo, según Lippmann, es lo que “los medios deciden qué decirnos”. Se refiere a lo que los medios programan en su agenda para mostrarnos lo que deciden “poner” en la mente del público. Este pensamiento surge de lo que se señaló anteriormente en la investigación de Maxwell McCombs y Donald Shaw en su libro “The Public Opinion Quarterly”. (McCombs, The Agenda Setting Function of Mass Media, 1972)

Años más tarde, surgió la *Teoría de los Frammes* que tiene como referencia a Robert Entman (1993). McCombs señala que esta teoría habla del manejo del periodista para enmarcar los hechos más relevantes de una realidad percibida; a las cuales les hace sobresalir para el impacto del público, explicando que los medios deciden qué decirnos y cómo hacernos entender su realidad.

3.1.2 Noam Chomsky y su crítica a los Medios de Comunicación

Noam Chomsky, profesor de lingüística del Instituto de Tecnología de Massachusetts, fue uno de los personajes que criticó fuertemente al manejo de los medios de comunicación a finales del S. XX, derivándose del manejo de los mismos en Estados Unidos. Los mass-media trataron de ocultar los manifiestos de Chomsky, a pesar de lo cual su valor intelectual, a nivel mundial, no se vio afectado. “El gobierno a menudo nos engaña. El gobierno atiende necesidades de algunos e ignora las de otros”; refiriéndose al gobierno estadounidense, Chomsky lo caracterizaba como un sistema económico fraudulento puesto que pensaba que los diferentes partidos políticos son idénticos. Además creía que las personas estaban privadas y limitadas a participar políticamente.

“El gobierno, los políticos y los medios de comunicación ignoran las necesidades de la mayoría y están al servicio de las necesidades de los ricos” (Cogsell, 2006, pág. 44)

Para Noam Chomsky los medios de comunicación deben cumplir dos funciones: 1) Deben informar de modo integral, ecuánime e imparcial y; 2) Tienen que ser los guardianes del pueblo contra los abusos del poder. Sin embargo; Chomsky piensa que los medios de comunicación fracasan en ambos aspectos debido a que los medios masivos no son más que una industria de relaciones públicas que buscan vender algo al público.

“Los medios han tenido éxito en decir a su audiencia ‘sobre qué pensar’ no cómo pensar. Este lingüista hace referencia a Lippmann quién señalaba que existen intereses comunes que eluden en su totalidad a la Opinión Pública, mismas que solo puede ser manejada por una clase social especializada cuyos intereses propios vayan más allá de lo local” (Lippmann, 2003, pág. 45). Walter Lippmann está de acuerdo con Noam Chomsky sobre las necesidades que satisfacen los políticos y los medios de comunicación.

“El objetivo primordial de los medios, desde el punto de vista de los dueños, es vender a la par que protegen sus intereses” (Cogsell, 2006). Chomsky se refiere a que el gobierno estadounidense tenía acuerdos con los medios de comunicación con el fin de proteger los intereses de ambos. Chomsky considera a la Agenda – Setting como una alianza táctica que existe entre el gobierno y los medios de comunicación.

3.2. Agenda Pública, Agenda Ciudadana, Agenda Mediática y Agenda Gubernamental

En este capítulo se toma en cuenta la agenda pública, ciudadana y mediática al conocer de la relación colectiva e individual que pertenece a cada estructura mediática. El

estudio comunicacional se ve influenciado por aspectos que son parte de los ciudadanos al establecer la información, y cómo son percibidas y asimilan los actores sociales.

“A partir de los años 70, la investigación tradicional ha sido testigo del inicio y desarrollo de tres dimensiones o líneas de investigación en comunicación: 1) el establecimiento de la agenda pública, que intenta responder a la pregunta de cómo los medios masivos colocan un tema de agenda en el público indagando el proceso mediante el cual comunican a la sociedad la relativa importancia de varios temas y acontecimientos; 2) la construcción de la agenda política, que busca esclarecer la manera en que un asunto público forma parte de los temas a los que el gobierno presta mayor atención e indagar, en última instancia, cuál es la estructura de poder que sustenta la elaboración de una política pública; 3) la fijación de la agenda de los medios y quién la establece. Aunque las tres extensiones se han concentrado en el estudio de la formación de la agenda, investigan agendas diferentes, como se verá más adelante” .(McCombs, The Agenda Setting Function of Mass Media, 1972)

3.2.1 Agenda Pública

“Fijar la agenda pública es, al parecer, un ejercicio de poder que yace en el corazón de los políticos demócratas. Los reformadores municipales aprendieron esta lección en la década de 1890, no sólo en Chicago y en Saint Louis, sino también en otras grandes ciudades” (Nord, 1993, pág. 46).

La agenda mediática y la agenda pública tienen relación, donde la mediática hace referencia a determinados aspectos de carácter informativo y la pública interfiere en el contenido y en el orden de los temas para generar opinión pública. Luis Aguilar entiende que “la construcción de la agenda pública nace como una decisión del gobierno y lo concibe como el momento en que el gobierno decide sobre un determinado asunto o aplazar su intervención” (Aguilar, 2012, pág. 46).

“La agenda pública es el grado de importancia que el público da a determinados aspectos noticiosos” así lo menciona Giovanni Martínez, refiriéndose a elementos básicos que surgen junto a la Agenda Setting, donde es fundamental la duración de los temas en los medios y con el material de investigación empleado.

“Los medios de comunicación de carácter comercial y público o estatal deben fomentar la producción de contenidos, en los medios de comunicación masiva, sobre el gran tema de la integración subregional” (ANDINA, Octubre 2006, pág. 47). La producción de contenidos audiovisuales son fundamentales en los medios de comunicación para la integración de una sociedad que reconozca sus raíces.

3.2.2 Agenda Ciudadana

En el tema de la agenda ciudadana se sostiene la intervención de los medios de comunicación junto a una búsqueda para construir la acción colectiva a la vez llegando con parámetros políticos y democráticos siendo derecho de los ciudadanos alcanzar la información veraz. Por esta razón, Marisol Castañeda, Directora Ejecutiva de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, ve necesario que se expongan “rutas estratégicas para consolidar el proceso de transición: Institucionalidad y visibilidad de los procesos y sus resultados; generación de opinión pública y agenda política ciudadana” (Trelles, 2012, pág. 47).

Es imprescindible dar paso al cambio de la sociedad civil con el fin de resolver problemas, el trabajo se lo lleva adelante mediante la integración y diálogo profundizando la gestión ciudadana y democrática. Se enlazan valores educativos que conllevan relación al citar el conocimiento, la información pues el proyecto es alcanzar la participación mediática en estrecha coincidencia con el acontecer local.

De esta manera Erick Torrico dice que “la gran contribución que está al alcance del periodismo en beneficio de una democracia comunicada y una ciudadanía informada y participante, y por ende del proceso de desarrollo humano, consiste en que abra canales equilibrados para la interacción de los actores de la sociedad, ayude responsablemente a transparentar la gestión pública, desarrolle su agenda sin desvincularse de los temas de interés colectivo y aliente la intervención activa y documentada de los ciudadanos en la deliberación sobre los asuntos de afectación generalizada”. (Trelles, 2012, pág. 47)

AGENDA MEDIÁTICA	AGENDA PÚBLICA
Patrones de cobertura informativa	Preocupaciones del público
Temas más destacados de preocupación mediática	Temas más importantes de preocupación pública

Fuente: Artículo Gazeta de Antropología. Pág.11

Elaborado por: Grace Guerrero

Sartori sostiene que "De vez en cuando el público se plantea y reacciona de manera inesperada, imprevista y no deseada por parte de los que se encuentran en las cuencas superiores. Por tanto, se producen "mareas de opinión" que de verdad consiguen remontar el curso de las aguas. Tan sólo dejando aclarada y bien aclarada esta cuestión se puede estar de acuerdo con la tesis de que los procesos normales, o más frecuentes, de génesis de opinión pública son en escala". (Sartori, Teorías de la Agenda Setting, 2009, pág. 48)

La agenda mediática puntualizará asuntos netamente del orden del día generando interés en ciertos actores y sectores sociales, los medios de comunicación ocupan un lugar importante frente a la construcción de agendas.

“Pero el proceso de selección – inevitable- de estas cuestiones con las que se confrontará la opinión pública, los medios no son neutrales. En otras palabras las selecciones que realizan los medios están sesgadas por una serie de factores políticos, económicos e institucionales” . (Kitzberger, 2005, pág. 48)

3.2.3 Agenda Mediática

En los años siguientes, Segunda Guerra Mundial de por medio, la investigación social y política se va centrando en temas relativos a la opinión pública y la política internacional, asociada a la propaganda anticomunista. “Este es el momento en que se inicia, propiamente, la denominada Mass Communication Research norteamericana con la plena aparición en su escena del sociólogo vienés, naturalizado norteamericano, Paul Lazarsfeld” (Casemeiro, 2000, pág. 49).

Surge el estudio de un consenso grupal en la sociedad civil con el fin de proveer muchas temáticas a la orden independiente de cada uno de los gustos, sus opciones deberían ser objetivas y atractivas.

“Desde el punto de vista de la Teoría de la agenda-mediática, el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia” (Rodríguez, 2001, pág. 49).

La agenda mediática está compuesta por la influencia del contenido, la información sobre lo que el público tiene como percepción, dicho contenido se lo denominará “agenda” reflejado de acuerdo a su importancia durante el día con el fin de planificar sus temas semanales o mensuales de acuerdo a cómo labora el medio para generar interés en la audiencia.

En este proceso intervienen elementos como la fuente y los recursos con los que cuenta cada medio de comunicación, van de la mano aspectos tales como actitudes, conductas o la opinión que defenderá según dichos elementos que dan el tinte al medio televisivo.

En su obra *Public Opinion* Walter Lippmann considera que “los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes” (Lippmann W. , 1922, pág. 49)

Dearing y Rogers determinan que el estudio de la agenda setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social. Se toma en cuenta que los temas de contenido suelen ser de carácter público. La selección de temas resaltados que pasan en un primer momento por la agenda de los medios a la agenda del público con lo más destacado para la sociedad con la ayuda de un sondeo a la audiencia

De hecho, Wanta habla sobre la forma activa, es decir la decisión que toman los individuos de acuerdo a la utilización de determinados medios sea su contexto identificación de actitudes o acciones. Toda información que se entregue al televidente tendrá un periodo de tiempo midiéndolo de acuerdo al contenido, lugar que ocupará, la importancia civil.

La realidad la pueden construir los medios a partir de la imagen y el televidente la tomará como referencia para la información nueva, así se brindará sentido y significado. Pero la tematización no queda sola, el proceso informativo va de la mano con la brevedad de la programación para colocarlo en el orden del día con el objetivo de captar la atención de quien lo mira, y asignarle el prestigio adecuado.

Se establece un lazo de emisión-recepción con la audiencia y la relación del proceso de cambio cultural constante del mundo entero, también interfieren las relaciones de poder que son parte del sistema comunicacional. Los ciudadanos tienen el derecho de recibir información veraz, completa, de carácter plural e independiente, los medios de comunicación cumplen una función de mediadores con los ciudadanos, a la vez

creadores de opinión al recrear la información adquirida y son constituidos como actores políticos vinculados a sectores económicos, sociales, culturales.

Es evidente mencionar que los medios de comunicación son parte activa de la ciudadanía al coaccionar en la formación de la agenda mediática que se funde con la agenda pública, se aborda una técnica a partir de la necesidad de la utilización de aspectos que los acota Krippendorff, con la finalidad de proporcionar conocimientos, interpretaciones sobre los hechos.

Para José Antonio Meyer los criterios del análisis de contenido se postulan como “el significado simbólico de los mensajes difundidos por los medios, aunque no siempre tienen un único significado y no necesariamente existe coincidencia en ellos, para ello se han establecido objetivos del análisis” (Meyer, 2009, pág. 51).

Los objetivos del análisis de contenido considerado por el autor se enlistan:

Los datos, tal y como el medio o los medios los comunican al público.

El contexto en que los datos se comunican al público.

La forma como los datos fragmentan la realidad y la reconstruyen.

Nos queda decir que los medios de comunicación otorgarán importancia a cierta información, la primacía frente a rasgos valorativos, los medios recatan elementos particulares, sin duda resulta una responsabilidad tomar en cuenta y transmitir a la audiencia el mayor impacto y determinada conciencia sobre su difusión. En un momento se llega a la concienciación al difundir información selecta de impacto en la sociedad sin muchas palabras, nos están diciendo qué pensar y sobre qué se debe pensar otorgándose un rol protagónico en la construcción colectiva.

3.2.4. Agenda Gubernamental

El gobierno estudiará la problemática que será el motivo para encontrar una solución, la agenda gubernamental centra su atención en la relación de poder, construida por los actores sociales que construyen la realidad. En este entramado de relaciones, las organizaciones están en la capacidad de asistir temáticas sociales, con la intervención de grupos de poder las soluciones se extenderán por medio de negociaciones o estrategias netamente comunicacionales.

Por agenda de gobierno, entonces, se entiende “el conjunto de problemas, demandas, cuestiones y asuntos que los gobernantes han seleccionado y ordenado como objetos de su acción y, más propiamente, como objetos sobre los cuales han decidido que deben actuar o han considerado que tienen que actuar” (Aguilar V. L., 1994, pág. 52).

El Estado se preocupa por cumplir y a la vez garantizar derechos y deberes no solo políticos sino también civiles, democráticos, económicos, culturales y ambientales, lo que se busca es una sociedad participativa.

En este orden, se comprende “al concepto de participación como una actividad que realizan algunos miembros de la sociedad (en este caso actores colectivos y movimientos sociales urbanos) en relación con el Estado o con las condiciones que éste sustenta. También puede percibirse como una actividad individual y colectiva, pero que persigue fines colectivos; es también, una serie de acciones que se llevan a cabo dentro de o con respecto al ámbito político, comprendiendo por éste los asuntos de interés general y usualmente regulados por el Estado; finalmente, constituye una actividad con repercusiones sociales que revela intencionalidad, grado de conciencia y capacidad de transformación” .(Álvarez, 1977, pág. 52)

Otros autores acotan que las políticas apuntan la toma decisiones con el accionar de las reglas de juego del Estado junto actores sociales, al generar un impacto en la esfera pública.

“Las políticas públicas se integran en tres fases: la estructuración, la definición y la instrumentación. La primera, abarca aquellos elementos que van a ser considerados para determinar si un problema es público y objeto de atención gubernamental. La definición constituye el momento de incorporación del problema a la agenda para su deliberación formal. Esta incorporación trata aspectos relacionados con la definición del problema y su solución (técnico-científico o social)” . (Ruiz, 2002, pág. 52)

Entonces la agenda gubernamental conlleva a determinar los problemas en los servicios públicos teniendo tres ejes de estudio: mayor demanda, demanda media y poca demanda, para obtener mecanismo de participación ciudadana. Cabe puntualizar que las autoridades deben tener competencia con el tema a tratar, dado el caso abordar un lenguaje adecuado.

3.3. Elementos de la construcción de la agenda mediática en medios ecuatorianos

Los medios de comunicación ubican a las agendas en su trabajo diario, los medios se componen de asuntos por resolver, lo cual se dará de acuerdo al interés que tenga propuesto, cada agenda tendrá sus objetivos estructura y dinámica de trabajo bajo una estrecha relación.

En 1995, McCombs y Evatt señalan que los medios no sólo consiguen transferir la prioridad de determinados temas, sino que también se transmite la primacía que los medios otorgan a determinados rasgos, cualidades o atributos de los temas.

“En la calidad informativa influyen competencias profesionales de quien elabora la información, ya que el público, es decir cualquier tipo de persona, necesita de informaciones fiables, completas, diversas, oportunas para entender la realidad y poder adoptar decisiones adecuadas, conforme a sus interés o preferencias. Y desde esta perspectiva, la calidad de la información es un producto que se trata de un bien intangible

es este producto el que entra en relación directa con el público y no los complejos lazos que se establecen entre profesionales del periodismo y empresa informativa” . (Shutz, 2006, pág. 53)

Resulta importante satisfacer las necesidades informativas, de entretenimiento, respetando la libertad de expresión y gusto definido de manera personal por programación emitida, que abordará un seguimiento durante la calidad de información

“La información es un bien social que pertenece al público y no a las fuentes que la originan” (RTVECUADOR, pág. 53).

Tras la conservación de valores institucionales de RTV ECUADOR permite comprender su organización al presentar la agenda mediática.

Los valores que destacan a este medio público son:

Calidad: efectuar correctamente nuestro trabajo desde el inicio.

Servicio: brindar a la ciudadanía contenidos que permitan un “buen vivir”, individual y socialmente.

Solidaridad: acoger como nuestras las necesidades de formación, información y entretenimiento de la ciudadanía.

Trabajo en equipo: compartir conocimientos, experiencias e ideas entre nuestros compañeros y colegas de trabajo.

Mejora continua: buscar permanentemente la consolidación de nuestra tarea de formar e informar.

Honestidad: pensar, hablar y actuar siempre con apego a la verdad.

Apertura: aceptar nuevas ideas, proyectos, propuestas y enfoques, que permitan el enriquecimiento y mejora institucional.

Lealtad: cumplir y hacer cumplir la misión, visión y valores institucionales por encima de los intereses personales.

Además es una responsabilidad de los medios públicos y privados la emisión del material informativo sin acatar efectos secundarios en su comportamiento, conversaciones e incluso el horario de programación que no sea apta para menores.

Es parte de cada persona asociar las imágenes, símbolos, señales del entorno referentes a la percepción dependiendo de la construcción social, siempre y cuando esté actualizado para graficar el material, para producir proyectos comunicacionales siendo la forma de llegar a la audiencia y complementar con información auditiva.

La concepción de Rositi (1982) “distingue lo que se entiende por tema de lo que es un acontecimiento. Un tema no sólo es reunir una serie de hechos en un período dado, sino hacerlos converger en el marco de un problema con significado público, que reclame una solución o decisión al respecto” (luengo, 2008, pág. 54).

“Los procesos de fijación de las agendas (mediática, pública y política) involucran el uso del poder individual y colectivo. El estudio de la construcción de la agenda política se enfoca el estudio del poder de los temas, una investigación más específica que el tema del poder. El objetivo de la construcción de la agenda es hacer un repaso actualizado de las formulaciones y del proceso de estructuración de la agenda a partir de sus tres tradiciones dominantes de investigación: el establecimiento de la agenda pública y, sobre todo, la construcción de la agenda política”. (Dorantes, 2008, pág. 55)

En su texto “La Construcción de la Agenda de Poder”, Dorantes señala, que existen dos expectativas para el sistema democrático: El derecho de todos a participar en la determinación del tipo de asuntos que debe abordar el gobierno y la idea de que el desarrollo de los medios masivos permitan que las decisiones políticas lleguen, de múltiples maneras, al público, hecho que coadyuva a definir el establecimiento jerarquizado de los asuntos públicos.

La Agenda Setting debe partir de una base fundamental para su funcionamiento adecuado; éste es que la agenda debe estar formada acorde a la información que el público quiere enterarse. Es decir, debe ser del interés de la gente para que tenga un impacto de gran magnitud. Para ello los diferentes medios de comunicación “compiten” entre sí para captar la atención del público y para ello envían durante su transmisión temas que sean de interés de la gente y para saber esto se debió hacer un estudio riguroso sobre qué quiere la gente dependiendo de temas ya sean estos: políticos, deportivos, de ocio, entretenimiento.

Resulta claro para Shutz considerar que “la calidad periodística depende principalmente de tres condiciones: disponibilidad de recursos adecuados para efectuar un trabajo periodístico, un ordenamiento político y legal que proteja y garantice la libertad de los medios de comunicación, y la adhesión del periodista al cumplimiento de los estándares profesionales” (Shutz, 2006, pág. 55).

Estamos hablando que para demostrar la calidad de información en el proceso de la construcción de la agenda mediática se toma en cuenta términos de mayor audiencia, pauta y prestigio, siendo factores ideales fundamentados en diversidad y objetividad, vinculados a la participación e igualdad de contenidos y variedad de fuentes independientes de los intereses a favor o en contra de cada ideología que defienda el medio de comunicación.

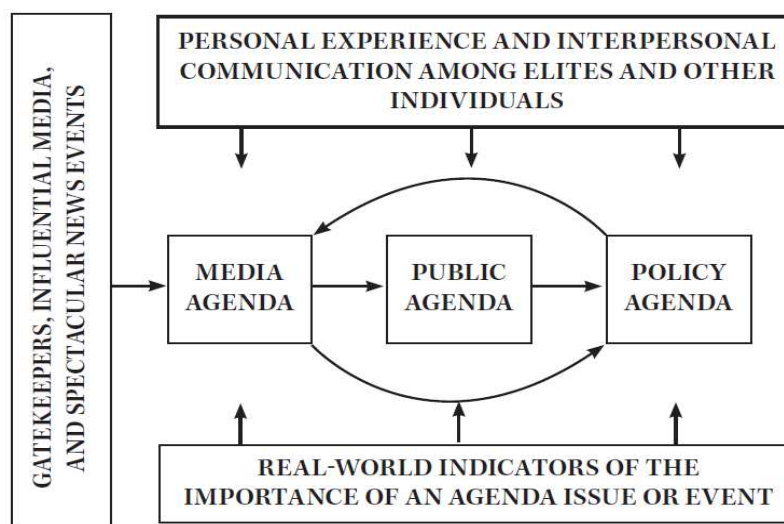
Otro elemento que marca distinción es la selección y clasificación de la información, a quien se le otorga la atención en los hechos que hacen noticia por ende la inmediatez al salir al aire generará interés al espectador, siendo variada siendo posible que los receptores tengan una visión más cercana a la realidad. Para alcanzar esta visión más cercana a la realidad el manejo visual aportará a la contextualización de la información que se quiere brindar, lo hacen estrictamente con imágenes, tomas de ese suceso o se

tomará del departamento de archivo del medio televisivo, va de la mano con la capacidad de dar a entender la noticia o programa visual.

“Es hora de empezar a pensar en términos de lo que la gente necesita y no sólo en lo que la gente quiere, pues aunque el entretenimiento (deportes, farándula, chisme) puede parecer atractivo en términos comerciales, no contribuye a mantener audiencias porque no tiene impacto directo sobre la vida de las personas ni sirve en términos prácticos” (Shutz, 2006).

En el manejo de las fuentes y la calidad de programación se deja de lado el hecho de informar con responsabilidad y solo se trata de prevalecer y cuidar el rating de acuerdo a la programación que más le gusta a la gente, la política, lo cultural, de una nación. No podemos generalizar pues habrán personas que tengan una tendencia por ver programas educativos e investigativos, u otras que están pendiente del acontecer nacional e internacional aportando con conocimientos que vengan de fuentes cercanas.

3.3.1 Interrelación entre agendas: el modelo de Dearing y Rogers



Fuente: E. M. Rogers y J. W. Dearing,

Elaborado por: Christian Escobar

“El establecimiento de la agenda, proceso colectivo, continuo y con cierto grado de reciprocidad, comprende tres componentes principales así como las interrelaciones entre ellos: la agenda de los medios, que influye en la agenda pública, la que en su momento, y bajo ciertas condiciones, puede influir en la agenda política”(Everett, 1996, pág. 57).

Para entender esta parte debemos tener en cuenta que es Agenda de Medios; Agenda Política y Agenda Pública; por lo tanto podremos separar de la siguiente manera; según señalaron Dearing y Everett:

Agenda Pública: Esta idea surge con William James y, posteriormente, fue mejorada por William Lippmann en su publicación Opinión Pública, donde señala explica el fenómeno de las imágenes en nuestra cabeza la cual tiene una estrecha relación sobre lo que la agenda setting siembra en nuestra mente partiendo por los periodistas y medios de comunicación quienes publican noticias que se apeguen a sus propios intereses y que son receptados por el público.

Para demostrar el fenómeno que mencionaba Lippmann acerca los medios y su inserción en los asuntos sociales y políticos de la comunidad, McCombs y Shaw evidenciaron una alta correlación entre la relevancia temática de la agenda de los medios y su correspondiente en la agenda pública. Al averiguar la manera en que se erigían estas agendas, jerarquizando diversos temas de interés público, le dieron nombre a tal influencia: establecimiento de la agenda.

Concluyeron que “este efecto es más fuerte cuando se le relaciona con una alta exposición mediática, como es el caso de la televisión, siempre que exista una gran necesidad de orientación informativa por parte de las audiencias. Este resultado, además, es indirectamente proporcional a la distancia entre el sujeto y el evento reflejado en el medio de que se trate. Éste fenómeno lo habíamos explicado en el inicio del capítulo”. (McCombs, The Agenda Setting Function of Mass Media, 1972, pág. 58)

Agenda Política: Podríamos resumir que, si el principal objeto de estudio de los científicos políticos es el tema del poder, el de los analistas de la agenda política es el poder de los temas y del manejo del mismo. Los temas son manejados con rigurosidad acorde a ciertos problemas sociales que son de interés del público; de esta manera se relaciona con la agenda pública.

En su mayoría se representan los eventos políticos en el sistema y para ello los políticos eligen que problemas sociales se ponen en evidencia de los medios de comunicación; claro está que estos son intencionalmente ocasionados para que el público genere opinión.

Agenda de Medios: Son establecidos de acorde al rating. “La agenda de los medios se mide con el auxilio del análisis del contenido de las noticias publicadas para poder determinar el número de menciones acerca de un tema o de los temas de estudio” (Dorantes, 2008, pág. 59).

De esta manera la Agenda de Medios dependerá del manejo de las dos anteriores; es decir de la cantidad de acogida que tiene cada una de sus publicaciones para que así gane rating y reconocimiento y para ello se analiza cada uno de los programas, publicaciones, etc. para saber exactamente que publicaciones son las del interés en el futuro.

CAPÍTULO IV

TELEVISIÓN PÚBLICA VS. TELEVISIÓN PRIVADA EN EL ECUADOR

La década de los ´90 fue una época de cambios generando influencia en los contenidos de la pantalla chica, en la estructura de la programación. En la televisión se potencia la rentabilidad económica a través de la financiación publicitaria.

“Las televisiones públicas han dado un giro hacia el enfoque comercial y apenas se perciben diferencias, salvo en las manipulaciones de las públicas en pro de los gobiernos y de las privadas en pro de empresas y de gobiernos según la vinculación de cada una” (Herrerros, Abril 2005, pág. 60).

Los medios de comunicación se ven en la labor de captar audiencias con la innovación de contenidos, que fortalezcan programas con producción rápida. Esto lo menciona el texto de la autora Marta Roel, quien también refiere que coexisten modelos de programación generalista y temáticos, en el que predomina la segunda opción. Es decir, la programación temática puntualiza sus contenidos en un tema, a un público selecto.

En breve la televisión privada representa la otra cara de la moneda, porque en la televisión pública se manejan contenidos cercanos al gobierno de turno. “La TV privada proporciona mayor independencia respecto de los gobiernos, coloca al anunciante sobre los espectadores, orientando comercialmente la oferta programática” (Allende, 2005, pág. 60).

Para esta televisión los contenidos culturales no serán de gran vitalidad, no resultan ser rentables, es por eso que existe el acompañamiento de una serie de regulaciones para

tratar de equilibrar su independencia editorial junto a las normativas y decisiones de quienes hacen el medio de comunicación.

4.1 Surgimiento de la televisión en Ecuador

“La Televisión ha invadido la vida de todos los países, conformando una mentalidad nueva y convirtiendo el lenguaje de las imágenes en un nuevo idioma que reemplaza el idioma escrito. Por eso se dice que la televisión tiene su propio lenguaje, que no es el lenguaje natural de la palabra ni del cine, aunque tiene mucho de ambos” (González, 1994, pág. 61).

Para hablar del surgimiento de la televisión en el Ecuador nos remontamos al 25 de Diciembre de 1931 donde la HCJB inaugura su radio que en primeras instancias tuvo un alcance limitado pero que fue tomando fuerza hasta convertirse en una potente señal cultural que llegó a difundir programas en 18 idiomas. En 1948 extendió el permiso a esta empresa para que funcionase durante 25 años más. Actualmente la esta radio se escucha en todos los continentes. Esta empresa sería una de las primeras vinculada al surgimiento de la televisión ecuatoriana.

La televisión, interrumpida en los años de la guerra, comienza a tomar fuerza en varios países a nivel mundial y entre ellos Ecuador, donde se comienza a adaptar esta idea por medio de la empresa General Electrics que logra acoger la demanda televisiva norteamericana y mundial. En esta empresa trabajaba un norteamericano llamado Gifford Hartwell quien será mencionado más adelante.

En esos tiempos se originaron varias empresas televisivas pero sin éxito debido a que la empresa mencionada cae bancarota y los equipos que iban a ser utilizados para el lanzamiento de la TV quedan embodegados. Posterior a esto Hartwell solicita la

donación de estos equipos para poder rehabilitarlos, donación que tuvo un precio aproximado a 150 mil dólares. (Mora, 1982)

Con la ayuda de algunos ex empleados de General Electrics, Hartwell repara los equipos y en 1957 ofrece a HCJB los equipos de televisión para instalar dos estaciones, una en Quito y la otra en Guayaquil. Su pedido fue aprobado por la estación de radio y los equipos fueron establecidos en ambas ciudades. Los equipos llegaron a Quito en junio de 1959 y se iniciaron las gestiones para la instalación de un canal de TV en el país. Para ello era necesario que se elaborara una reglamentación sobre usos de frecuencia de TV, que no existía en el país. Hasta que esto suceda HJBC negoció el canal que pasó a ser propiedad de un hombre de negocios, Antonio Granda Centeno, quien llegó a un acuerdo con HJBC para que el medio radial pueda hacer sus transmisiones de dos horas diarias. La televisora fue comprada por este negociante pero no pudo realizar las transmisiones al aire debido a que HJBC TV no tenían el permiso de funcionamiento.

Por otra parte existía una empresa de Guayaquil, comandada por Linda Zambrano, interesada en hacer transmisiones de televisión basada en la acogida que tuvo ésta a nivel mundial. En esta pugna por llegar primero, el Estado otorgó la primera frecuencia televisiva a nombre de Linda Zambrano, para el funcionamiento de Canal 4 Guayaquil, medio que fue inaugurado el 12 de diciembre de 1960. Mientras tanto la empresa de HCJB TV, fue el segundo canal de TV en la historia del Ecuador con funcionamiento en Quito debido a que obtuvo el permiso para operar en 1961.

Al comienzo, las programaciones fueron predominantemente en vivo y películas importadas desde Estados Unidos, México y Argentina. Mientras que los videos noticiosos era emitido mediante fotografías con intervención de comentaristas políticos, deportivos, culturales, etc. Posteriormente se pasaron telenovelas y se agregaron

programas de concurso, documentales, números musicales, religiosos, secciones deportivas, entre otras. En 1966, canal 6 de Quito y similarmente el 4 de Guayaquil contaban con una programación dividida en dos ramas importantes: 1) La Programación Fílmica y 2) la Programación en Vivo.

4.1.1 Razones Sociales de los Canales de Televisión del Ecuador (Mora, 1982, pág. 63).

Canales	Razón social	Concesionario
2 GUAYAQUIL	Corporación Ecuatoriana de TV S.A	Xavier Alvarado
10 GUAYAQUIL	Cadena Ecuatoriana de Televisión S.A TELECENTRO	Filanbanco
8 QUITO	Televisión Nacional Cía. Ltda	Diario “El Comercio”
4 QUITO	TELEAMAZONAS	Antonio Granda C.
13 QUITO	Televisora Ecuatoriana TELETRECE	Gerardo Berborich
4 GUAYAQUIL	TELECUATRO	Luis Noboa
5 CUENCA	TELEONDAS AZUAYAS	José Cardoso
2 CUENCA	TELECUENCA, Canal Universitario Católico	Universidad Católica
6 ESMERALDAS	Televisión Esmeraldeña S.E Mixta	Héctor Endara
2 QUITO	Televisión del Pacífico S.A	Marcel Rivas
13 GALÁPAGOS		Comunidad Franciscana

4.2 Características de la televisión privada en el Ecuador

A finales de los años '50 en el Ecuador se va consolidando la televisión privada-comercial, este medio de comunicación radica su trabajo en transmitir contenidos entretenidos y programas informativos eso sí dependiendo de los intereses de los propietarios del medio.

La cuna de las televisoras privadas deja sus inicios en Estado Unidos basada en modelos de frecuencias radiales comerciales, y se manifiestan dos apartados que son la producción y compra-venta de programas, y la venta de difusión publicitaria. Hay que precisar su visión que compete a sustentar una televisión dinámica, y más que todo innovadora para obtener el respaldo de su gente.

Ya que venden sus producciones en diversos formatos, dicha programación debe alcanzar el grado de competencia y captación de la audiencia, el llamado rating. “Sin embargo, la producción y los programas dependen de otros factores, que en algunos casos escapan de nuestras manos, como la propiedad de los medios masivos” (Manabí, 1998, pág. 64).

Es importante puntualizar que los medios privados ponen énfasis en el lucro, es decir la ganancia que van a obtener al transmitir cierta programación siendo esta la que va a causar interés al público; muchas veces queda de lado el aspecto educativo y se potencializa el entretenimiento. El gran número de ofertas televisivas profundizan en sus contenidos y opciones audiovisuales a la hora de llegar a los diferentes perfiles de audiencias (edades, género, hobbies, etc.) para poder anunciar los productos y lanzar su *rating* al mayor porcentaje.

En tanto que la televisión pública prioriza la educación junto al bien común como una política de igualdad e impulso social- cultural, sin recaer en el resalte cotidiano de cifras de rating e incluso su programación tiende a ser nacional, la televisión privada envía contenidos con su origen internacional, es decir producciones enlatadas únicamente para difundir.

4.3 La televisión pública

La televisión pública ECUADOR TV nace como una respuesta ante la necesidad de la ciudadanía de contar con un medio televisivo que responda a sus verdaderos intereses, estrenamos nuestra señal el 29 de noviembre de 2007, con motivo de la instalación de la Asamblea Nacional Constituyente, gracias a la decisión política y el total apoyo del gobierno del señor Presidente Rafael Correa Delgado.

En su primer lustro de existencia, la Televisión Pública de Ecuador se ha posicionado como una alternativa a la televisión comercial. Quizás lo más importante es haber alcanzado el liderazgo en programación infantil a nivel nacional. Los niños nos prefieren sobre cualquier otro canal de televisión y los padres sienten tranquilidad al dejar en casa a sus hijos viendo ECUADORTV, con la seguridad de que no se verán expuestos a estímulos negativos. En un mundo en que lo inescrupuloso y violento inunda las pantallas de televisión, proponemos un entretenimiento sano y excluimos de los noticieros las crudas imágenes de la crónica roja. Transmitimos contenidos positivos, con valores y nos esforzamos por tener una programación educativa y entretenida a la vez.

Nuestros espacios informativos y de opinión se enmarcan en los principios de nuestra Guía Editorial, bajo la mirada del Consejo Editorial. Somos la mayor ventana de la producción independiente y en el Consejo Consultivo, representantes de la ciudadanía

evalúan permanentemente nuestra programación. La cobertura nacional de la televisión pública es sin duda una de sus grandes fortalezas, sirviendo al 72% de población. Además, llegamos con nuestra señal internacional a los Estados Unidos y a España. Contamos con tecnología de punta, estamos transmitiendo nuestra señal digital para Quito, Guayaquil y Cuenca, y nos sentimos orgullosos de nuestra certificación ISO 9001.

El grupo de cerca de 30 personas que inició el canal en Montecristi se ha incrementado a 415 colaboradores que hoy hacen la Televisión y Radio Pública del Ecuador, a todos y cada uno de ellos un reconocimiento especial en este aniversario. Lo menciona en un artículo del anuario del medio Enrique Arosemena Gerente General de RTVECUADOR.E.P

Están comprometidos a transmitir contenidos de calidad reconocidos nacional e internacionalmente, contando con señal internacional que llega a España y Estados Unidos y los contenidos transmitidos para internet, su fuerte es fortalecer la producción independiente en cantidad y calidad.

Desde sus inicios ECUADORTV buscó que su señal sea captada por los ecuatorianos residentes de todo el mundo se han sumado seguidores a la televisión pública residentes en Europa, Asia y Latinoamérica.

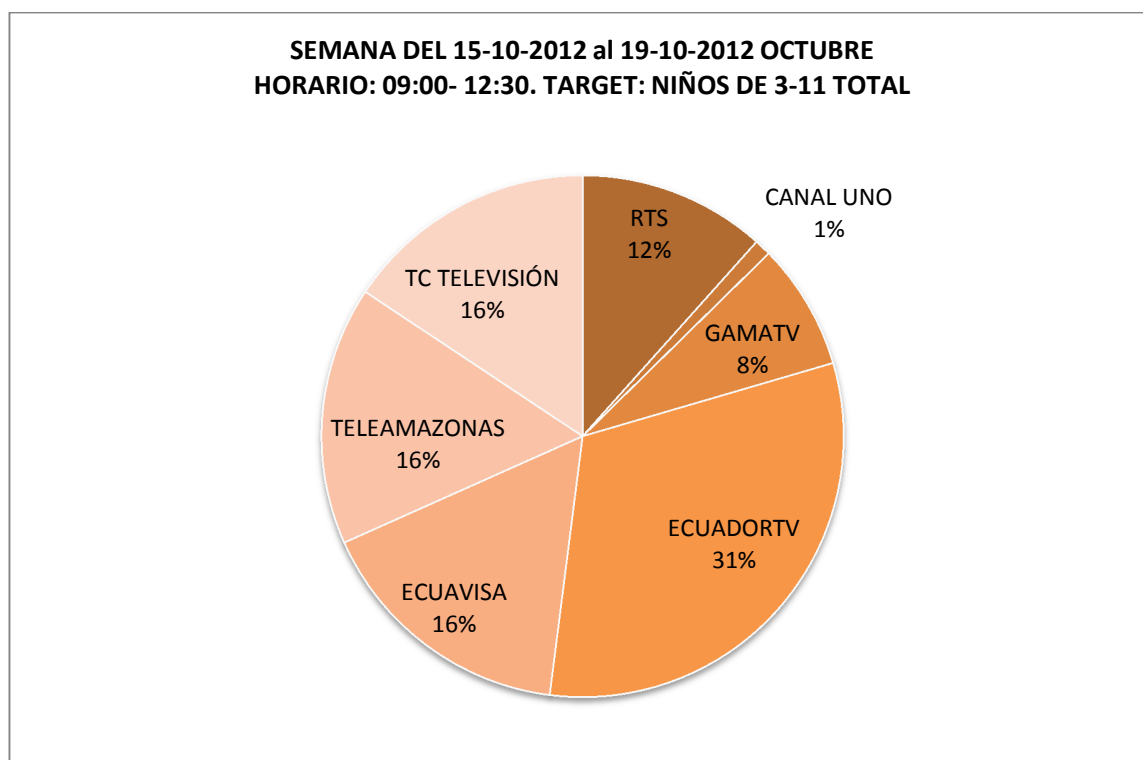
ECUADORTV internacional llega para todo EEUU por la señal de DIRECTV en el canal 457y para España a través de la Red ONO, en el canal 416.

En el 2009 la región amazónica se sumó a la señal de RTVECUADOR. E.P, creándose así el proyecto “Amazonía” con seis nuevas repetidoras que dan cobertura a las ciudades de Puyo, Macas, Tena, Nueva Loja, Orellana y Zamora.

Televisión y Radio de Ecuador E.P brinda cobertura nacional a más de once millones de habitantes con la señal de televisión VHF, UHF y radio FM. Permanentes proyectos de expansión han consolidado la instalación de estaciones de transmisión y repetición en todo el territorio nacional.

En el año 2011 se desarrollaron los proyectos “Frontera” y “Ruta del Sol”, logrando la instalación de 30 estaciones repetidoras en poblaciones tradicionales desatendidas. En lo que va, de 2012, se han instalado 27 estaciones repetidoras cubriendo a varias poblaciones de la sierra central. Esta información es tomada del Anuario de RTVECUADOR. E.P, por su aniversario.

En el anuario que publica este canal, se dan a notar datos estadísticos de la participación de sintonía Quito- Guayaquil.



Fuente: IBOPE Media. Anuario RTVECUADOR. E.P

Elaborado por: Grace Guerrero

La televisión RTVECUADOR es un medio público que tiene como misión brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que formen, informen y entretengan, con el fin de fomentar y fortalecer los valores familiares, sociales y culturales, y la participación ciudadana. Estrechamente relacionado con su visión que aspira ser un medio público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía del Ecuador.

1. VALORES EDITORIALES

Los valores periodísticos de Ecuador TV son servicios informativos públicos, independientes, nacionales, defensores del Estado de Derecho y comprometidos con el orden democrático y legal establecido a través de la Constitución.

Acogerán todas las tendencias de la sociedad, a excepción de aquellas que patrocinan la violencia como su principal finalidad.

Los servicios informativos de Ecuador TV nacen para promover el ejercicio del derecho constitucional del público a la información. Su obligación primordial es presentar diariamente información veraz, imparcial completa, interesante y clara, además es dotar de las herramientas de análisis suficientes para que el público tenga el panorama completo para comprender la realidad, formar su propio criterio y adoptar posiciones libres e informadas sobre los asuntos que sean de su incumbencia.

El interés público prevalece por encima de cualquier otra consideración en materia de política editorial. Las decisiones editoriales se tomarán sobre la base de las siguientes prioridades.

- Satisfacer el derecho constitucional del público a la información.
- Respetar la libertad de expresión.

- Defender y tutelar los derechos de las personas, su bienestar y seguridad, especialmente de los grupos de atención prioritaria de la sociedad, donde se incluye a los niños, niñas y adolescentes. Por ello, se debe informar y debatir Sobre prácticas que vulneren sus derechos como la injusticia, la corrupción, el abuso de poder, las conductas delictivas.
- Prevenir a las personas acerca de la manipulación y el engaño, informando con claridad y transparencia sobre casos de incompetencia o negligencia de autoridades y de quienes abusando de su poder afecten el bienestar ciudadano.

La información es un bien social que pertenece al público y no a las fuentes que la originan.

Por tanto, debe ser difundida sin censuras, cortapisas, cálculos de conveniencia o límites de cualquier naturaleza. No se reconoce la validez de ninguna restricción en ese sentido pues la libertad de expresión es, en sí misma, un asunto de interés público.

De igual manera, la información tampoco pertenece al comunicador que la transmite. Los comunicadores sociales de Ecuador TV no buscan obtener algún tipo de ventaja del ejercicio de su profesión, y su posición ideológica personal no condicionará su manejo de la información ni su trato con las fuentes.

“La información es un bien social que pertenece al público y no a las fuentes que la originan”.

Los servicios informativos de la Televisión Pública fomentan los más altos parámetros de calidad editorial. Su relación con el público, así como con las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información se rigen por la ética profesional y el respeto de los derechos de las personas. Nuestros valores éticos y editoriales se consolidan en cinco principales.

- Rigor: sobre el tratamiento de la información y la fidelidad de los hechos.

- Imparcialidad: sobre el respeto a la libertad de expresión y la obligación de no ser actores de la información, sino mediadores de la misma.
- Independencia: sobre nuestra propia agenda informativa y las relaciones con el los actores del poder y las fuentes.
- Responsabilidad pública: sobre la base del respeto de los derechos de las personas.
- Claridad: sobre nuestro propio estilo periodístico.

“El rigor en el tratamiento de la noticia es más importante que la velocidad para emitirla”.

2. RIGOR

Una ciudadanía informada es aquella que posee los suficientes elementos de análisis para comprender los asuntos públicos y en consecuencia, está en posición de tomar decisiones libres sobre los temas que la conciernen. Esto es sólo posible cuando la información proporcionada es completa y confiable. Por ello, el rigor informativo que es la fidelidad a los hechos, es nuestra primera obligación periodística. El rigor en el tratamiento de la noticia es más importante que la velocidad para emitirla, ya que la información debe ser confiable, completa y contextualizada, es decir, evaluada y confrontada para que el público pueda entenderla en su real contexto. Cuando no exista suficiente documentación para sustentar algunos hechos, se pedirá la autorización de la Presidencia Ejecutiva o del Consejo Editorial para emitir tales contenidos.

Ecuador TV televisión pública solo transmite información comprobable y sus comunicadores sociales se sujetarán a los siguientes procedimientos de rigor:

- Recolectar de manera cuidadosa el material informativo, utilizando fuentes de primera mano siempre que sea posible.

- Verificar de manera sistemática los hechos y cruzar todos los datos con el fin de contrastarlos entre sí.
- Validar la confiabilidad de las fuentes y corroborar sus alegaciones.

Certificar la autenticidad de las evidencias documentales. Tener extremo cuidado cuando sean documentos conseguidos vía Internet, donde el más convincente material puede no ser lo que aparenta.

En casos controversiales o polémicos, la información será contrastada con al menos dos fuentes independientes entre sí, a las que se aludirá claramente, la publicación de informaciones de importancia en otros medios de comunicación antes que en el nuestro no es motivo para dejar de difundir las mismas o negar el valor que merecen. La información emitida por proveedores internacionales y despachos de agencias no está exenta de verificación por otras fuentes; de igual manera, las noticias distribuidas por agencias nacionales de información serán corroboradas por nuestros propios corresponsales.

Todo periodista tiene la obligación de revisar y corregir las noticias que están a su cargo, verificar datos y comprobar la pertinencia de las imágenes, ayudas visuales, titulares y demás información escrita en pantalla por el generador de caracteres. Todos esos elementos forman parte del contenido informativo y, por tanto, no hay razón para dejarlos bajo la responsabilidad de los técnicos.

La Televisión Pública siempre procurará dar seguimiento a noticias que tengan incidencias en la vida de los ciudadanos. En nuestro país hay una costumbre reiterada de difundir hechos que tienen impacto social, pero no se hace el seguimiento correspondiente, privándole al público de tener una información contextualizada y completa.

RIGOR DEL DATO

El rigor del dato es fundamental para la información. Los comunicadores sociales de la Televisión Pública ofrecen a la audiencia todos los datos necesarios para comprender el entorno de los hechos que narran. Hay que evitar expresiones como “varios”, “un grupo”, “algunos”, “numerosos, para sustituirlas por datos concretos. No basta decir “un grupo de ministros acompañó al Presidente”, habrá que precisar cuántos y quiénes.

El uso de adjetivos calificativos debe restringirse. Sólo se admiten los adjetivos que añaden información, y, en cualquier caso, es preferible sustituirlos por datos concretos. Los adjetivos deben justificarse de inmediato en los hechos y jamás ser utilizados para encubrir las opiniones personales del comunicador social que la emite.

Las generalizaciones son enemigas de la exactitud. Por ello, las informaciones deben precisarse siempre. En lugar de “los medios de comunicación afirmaron” o “las organizaciones sociales se manifestaron”, se debe especificar los nombres de los medios y las organizaciones a que hace referencia la noticia.

Un reporterismo exhaustivo y cuidadoso no omite ciertos detalles que pueden parecer insignificantes pero que, en realidad, abonan gran cantidad de contenido a la información como número de habitantes de la población, edad del protagonista de la noticia, la cantidad de personas que componen un grupo, kilómetros de distancias entre dos puntos de referencia, valores en monedas diferentes del dólar convertidos a su equivalente, citar filiación política de autoridades y dirigentes o la tendencia de voceros y/o expertos nombres de empresas, productos o locales comerciales cuando añaden información.

FUENTES

Se citará una fuente siempre que el comunicador informe sobre hechos que no atestiguó y que fue transmitida por terceros. La atribución de una información o una fuente no exime al periodista de la responsabilidad de haberla introducida en la noticia.

La fuente debe ser suficientemente identificada al aire. Además de su nombre, es necesario informar escuetamente de sus credenciales (profesión, cargo, experiencia) para que el público juzgue la validez de sus contribuciones. Una fuente es confiable por su conocimiento y experiencia en el tema tratado, y su independencia respecto de intereses ajenos y la finalidad esencial de divulgar la verdad. Cuando se busca fuentes, no se utilizarán los servicios de relacionados públicos, asesores de imagen o agencias especializadas en posicionar a personas de los medios de comunicación.

Las fuentes escritas de información (documentos oficiales, cartas, comunicados e informes) deben estar siempre avaladas por quien las emite. Nunca se presentará información basada en documentos cuya autenticidad no esté cien por ciento seguros. En caso de textos tomados de Internet, la verificación será más exhaustiva.

Hay que evitar el recurso de disimular como fuentes informativas a aquellas que sólo aportan opiniones. Se descartan, por tanto expresiones como “según los observadores” o “a juicio de analistas políticos”, que se usan para justificar las opiniones encubiertas del propio periodista. Tampoco se acepta que algún informante dicte o influya en la orientación que tiene la información en proceso, por más encomiable sea su propósito.

MANIPULACIÓN

Nunca se distorsionan los hechos, ni se presentará material inventado como una noticia, ni confundiremos a propósito a la audiencia de la Televisión Pública. Las noticias son fragmentos de realidad que se deben entregar al público con rigurosa fidelidad, imágenes y sonido se transmiten las imágenes con el fin de inducir al espectador.

Procedimientos como incrementar el sonido de un golpe o fabricar una banda sonora para añadir contenidos dramáticos a la información son propios de un periodista amarillista que no se compadece con los valores de la Televisión Pública. La información no se musicaliza nunca, inclusive la deportiva, crónicas de sucesos y reportajes sobre hechos o personas ejemplares. Por tanto los servicios informativos de la Televisión Pública sólo utilizarán en la apertura, es decir, que no ponga a la audiencia en suspenso o alerta y no provoquen ninguna emoción. Fanfarrias romanas, tambales de tragedia, violines plañideros, efectos electro acústicos cargados de misterio, están estrictamente prohibidas.

“Nunca se distorsionarán los hechos, ni se presentará material inventado como una noticia”.

ARCHIVO

Todas las grabaciones, notas, documentos y correspondencia electrónica del día a día se archivarán en soporte digital y con respaldos adicionales, de manera que puedan ser adicionales, de manera que puedan ser consultadas en el futuro, con toda la seguridad del caso. Lo mismo se hará con las grabaciones y las pautas de los programas informativos de la Televisión Pública. Toda imagen de archivo será identificada como tal durante todo el tiempo que dure su transmisión.

Las imágenes de archivo se utilizarán para ilustrar temas de actualidad, observando los siguientes criterios: No se puede tomar imágenes de un hecho para ilustrar otro, aunque se trate de hechos de la misma naturaleza y similares características. Cuando las imágenes de archivo se utilicen como ilustración, han de referirse siempre a ideas generales, no a acontecimientos concretos y actuales.

Se debe tener en cuenta la actualidad de las imágenes en las que se refiere a la apariencia de lugares, personas, tecnología. Los comunicadores sociales cuidarán que las imágenes, extraídas del entorno en que fueron tomadas, no causen malentendidos en su público o afecten a las personas que aparecen en ellas.

IMPARCIALIDAD

Los servicios informativos de la Televisión Pública respetan la libertad de expresión de las personas, con mentalidad abierta e inclusiva a todos los ciudadanos sin importar sus posturas o tendencias. Su compromiso es reflejar la diversidad de opiniones, creencias y valores de la sociedad sin tratar de inducir al espectador a pronunciarse por una u otra postura.

En ejercicios del derecho a la libertad de expresión, los servicios informativos de Ecuador TV se reservan el derecho a producir contenidos sobre cualquier tema o permitir a un amplio rango de personas, grupo u organizaciones, expresar sus puntos de vista, opiniones o creencias. Todas las voces que puedan aportar a la comprensión de los temas de debate público tienen cabida, especialmente las que permitan a la audiencia entrar en contacto con perspectivas frescas y originales sobre asuntos de interés general.

La Televisión Pública no acoge opiniones y propuestas de grupos o particulares que propugnan la violencia, o que deliberadamente mienten y disfrazan la realidad para engañar a la ciudadanía.

Los comunicadores y presentadores de la Televisión Pública no expresan opiniones, promueven puntos de vista particulares sobre los debates públicos, editorializan, comentan o emiten su criterio sobre políticas públicas o temas de interés general susceptibles a su debate. Su compromiso es producir contenidos comprensibles y

confiables, sin omitir ninguno de sus aspectos relevantes, a fin de propiciar un debate altamente libre e informado.

Se tratará de conservar la imparcialidad cuando nuestros servicios informativos sean parte u objeto de la información. Además, en cuanto a la forma, se evitará señalar a Ecuador TV como “nosotros”, o a los contenidos como “nuestros”.

Los servicios informativos de la Televisión Pública darán un tratamiento directo, honesto y equitativo a las personas involucradas en su trabajo periodístico, salvo que existan justificadas razones editoriales para no actuar de esa manera. Se procurará, en todo momento, ser justos con las fuentes, colaboradores y protagonistas de la información.

En temas polémicos se explotarán todas las opiniones enfrentadas y se otorgará a cada una de ellas un adecuado e igual tiempo de exposición. Ninguna corriente de pensamiento honorífico de nuestro vocabulario, incluso aquellos de uso corriente (don, señor, con equivalentes femeninos). En cuanto a las palabras que designan títulos académicos, se mantendrán si es el deseo de los profesionales a quienes citamos.

POLÍTICAS DE CALIDAD

“Brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que satisfagan sus necesidades y requerimientos de formación, información y entretenimiento con un enfoque basado en valores y sustentado en un Sistema de Gestión de la Calidad.”

OBJETIVOS DE CALIDAD 2010-2012

1. Ampliar la cobertura geográfica de ECTV y RPE.
2. Incrementar los niveles de sintonía del público de ECTV y RPE.
3. Mejorar las condiciones de infraestructura de ECTV y RPE.
4. Ampliar, mantener y mejorar nuestro sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001-2008.

A continuación algunas funciones que señala el REGLAMENTO DEL CONSEJO CONSULTIVO PARA LA TELEVISIÓN PÚBLICA DEL ECUADOR ECTV (RTVECUADOR, pág. 76).

- 1.- Vigilar informar del correcto cumplimiento de la misión y visión del medio público.
- 2.- Proponer lineamientos para la programación de ECTV y la línea editorial
- 3.- Proponer lineamientos para definir un estándar de calidad en forma y contenido de los programas de ECTV;
- 4.- Promover y coordinar la participación ciudadana en el medio público;
- 5.- Establecer mecanismos para sostener procesos de monitoreo de la programación de la Televisión Pública y sugerirlos para ayudar a la calidad, permanencia y representatividad;
- 6.- Coadyuvar al cumplimiento de los objetivos de la Televisión Pública;
- 7.- Sugerir mecanismos que vinculen a la sociedad con el canal;
- 8.- Presentar las sugerencias de la sociedad civil en materia de programación;
- 9.- Promover iniciativas en las que RTVECUADOR puede participar, para consolide los medios públicos y la participación ciudadana del mismo;
- 10.- Evaluar la programación de ECTV establecer sugerencias;
- 11.- Sugerir políticas de comunicación al Canal;
- 12.- Desarrollar los mecanismos, estructura y marco jurídico para institucionalizar el Consejo Consultivo en la Estructura Orgánica de ECTV;

13.- Vigilar que la programación del canal público respete los derechos de grupos vulnerables tales como niños y adolescentes, personas de la tercera edad y discapacitados.

4.3.1 Estilo periodístico de la televisión pública

El medio debe siempre buscar la verdad y practicar la veracidad. Para ello, pondrá especial cuidado a fin de evitar inexactitudes, falsedades o tergiversaciones. Una nota periodística debe entenderse por sí misma, sin presumir que el lector recuerde los antecedentes del caso que se presenta. En el caso de periodismo, el fin no justifica los medios, por lo que la información será obtenida a través de medios legales y con estricto apego a la ética.

Debe existir transparencia en materia de propiedad y gestión de los medios de comunicación, que posibilite un conocimiento claro de los ciudadanos sobre la identidad de los propietarios y su nivel de participación económica en dicho de medios

4.4 La agenda mediática de ECTV

Este medio público cuenta con una emisión informativa diaria, hoy en día los servicios informativos de la Dirección Nacional de Noticias llegan a todo el país con seis emisiones diarias regulares, una emisión especial dominical y el informativo ECTV en lengua de señas, espacio noticioso diseñado para la audiencia con discapacidad auditiva.

Para los ecuatorianos que han emigrado a otras naciones, el informativo regional Ecuador al día otorga información oportuna no centralizada desde cada una de las regiones del país. El uso de redes sociales en la plataforma web 2.0 permitió compartir

información y fomentar la interacción de la ciudadanía con la televisión pública del Ecuador.

“ECUADORTV se ha convertido en una alternativa de programación sana, entretenida y positiva. Entre las tareas primordiales del primer canal público de Ecuador está la producción de programas propios; la emisión de transmisiones deportivas y sobretodo, el continuo fortalecimiento de la producción independiente. Es un orgullo para ECUADORTV haberse consolidado como la mayor ventana para la expresión creativa de muchos productores independientes cuyo trabajo no tuvo cabida en canales de televisión, así lo menciona Marcelo Del Pozo Director de Producción de este medio.

4.5 Análisis Agenda Mediática Ecuador TV

Televisión Para Sentir

ECUADOR TV es una televisión pública sustentada por los recursos del Gobierno, que brinda a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos con la finalidad de fortalecer momentos familiares, sociales, culturales con la participación ciudadana. Se transmiten valores a través de la pantalla por medio de la calidad de contenidos, mejora continua con la inserción de nuevas temáticas con un arduo trabajo en equipo para llegar a los hogares ecuatorianos con la política de educar a los niños, jóvenes y adultos de la Patria.

Las razones por las que nace la televisión pública fue para abordar una televisión alternativa y complementaria precisamente de servicio público en la que no primen intereses comerciales y se fortalezca la identidad nacional, retomando contenidos que resalten las raíces ecuatorianas. Además se aborda temas informativos y formativos con una perspectiva diferente. Es preciso mencionar que es un medio de comunicación que está creciendo a pasos agigantados tiene 5 años de fundación, se encuentra en constante

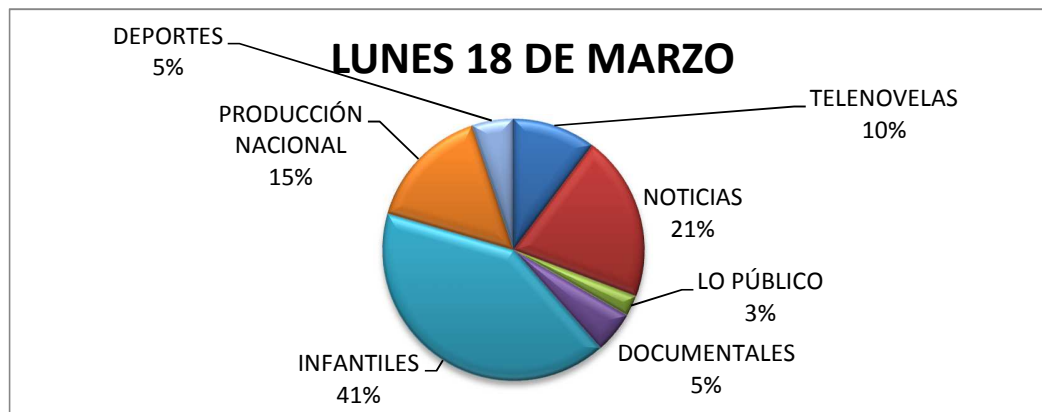
actualización, se pretende que a finales de este año el canal pueda contar con espacios de ficción para implementar su parrilla. Las señales de ECTV en Quito y Guayaquil Canal 7, en DIRECTV canal 187, UNIVISA canal 312, en TV Cable canal 11 o también siguiendo su sitio web vía online.

De acuerdo con la definición clásica de Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica de investigación útil para analizar y estudiar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa. Además esta examina los signos de la comunicación. Berelson señala varios usos del análisis de contenido entre los que destacan (Berelson, 1942, pág. 79).

- 1) Escribir tendencias en el contenido de la comunicación
- 2) Develar diferencias en el contenido de la comunicación
- 3) Comparar mensajes, niveles y medios de comunicación
- 4) Exponer técnicas publicitarias y de propaganda.
- 5) Mediar la claridad de los mensajes.
- 6) Descubrir estilos de comunicación.
- 7) Descifrar mensajes ocultos.
- 8) Determinar el estado psicológico de personas o grupos.
- 9) Anticipar respuestas a comunicadores.
- 10) Reflejar actitudes, valores y creencias de personas, grupos o comunidades.
- 11) Cerrar preguntas abiertas.

Por esta razón decidimos empezar a realizar un análisis de contenido de la programación de ECTV al cual dividimos por categorías que anteriormente habíamos mencionado, mismo que está dado un porcentaje de acuerdo a la cantidad de programas de un mismo tema que son transmitidos a lo largo de la semana. Para ello dividimos las categorías según el día.

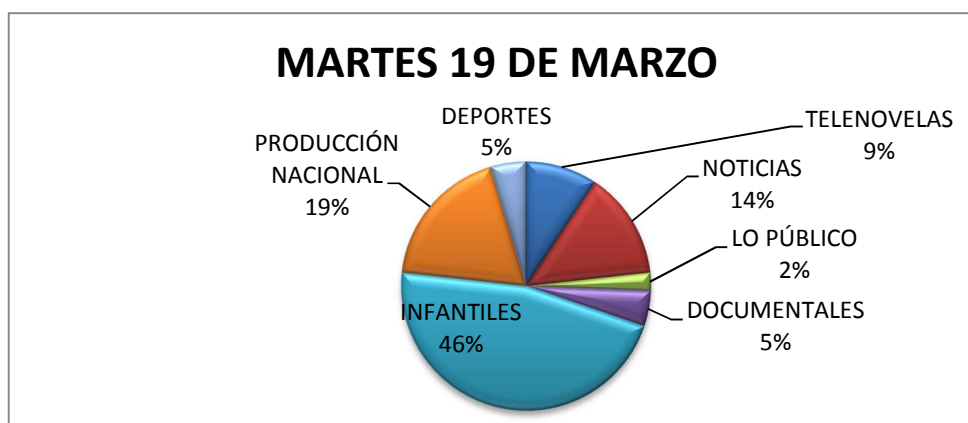
Según la programación de La semana del Lunes 18 al Domingo 24 de marzo sacamos como conclusión que la agenda de ECTV propone:



Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

Para este día tenemos como resultado en Programación Infantil el 41% siendo el porcentaje más alto del día por lo que se puede verificar que se le da un alto interés a lo que ven los niños. Mientras que en los Noticieros recopilamos el 21% entre los cuatro segmentos que se dan en el día; por su parte la categoría de la Programación Nacional alcanza el 15%; seguido de las Telenovelas que ocupan el 10%. Por su parte el programa Lo Público todos los días alcanza el 3% ubicado en un horario matutino siendo el que menos acogida tiene y que es superado por el segmento de Deportes y por los Documentales que ocupan un 5%.



Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

El martes tiene ligeros cambios a diferencia del martes pese a que prácticamente es el mismo orden jerárquico en cuanto a la importancia de los programas en la agenda mediática. Se puede observar que la agenda tiene un alto porcentaje de Programación Infantil que suma un total del 46% en cuanto al lugar en la parrilla del día, seguido por la Producción Nacional con un 19% y muy detrás están los Noticieros que ocupan el tercer lugar con el 14%. El porcentaje restante ocupan las Telenovelas, los Deportes, los Documentales y el programa Lo Público, en ese orden respectivamente.

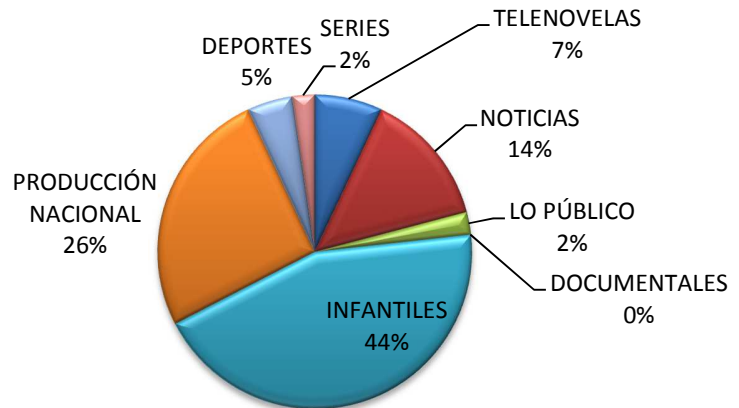


Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

En este cuadro es evidente que la Producción Nacional supera la Producción Infantil con el 29% y 37% respectivamente, fenómeno que en los dos días anteriores no pasaba. Después están los Noticieros con el 13%; las Telenovelas 8%; las Series suman el 5% y Documentales no tiene valor puesto que varía la programación cada día debido a que no son transmisiones fijas de diferentes contenidos.

JUEVES 21 DE MARZO

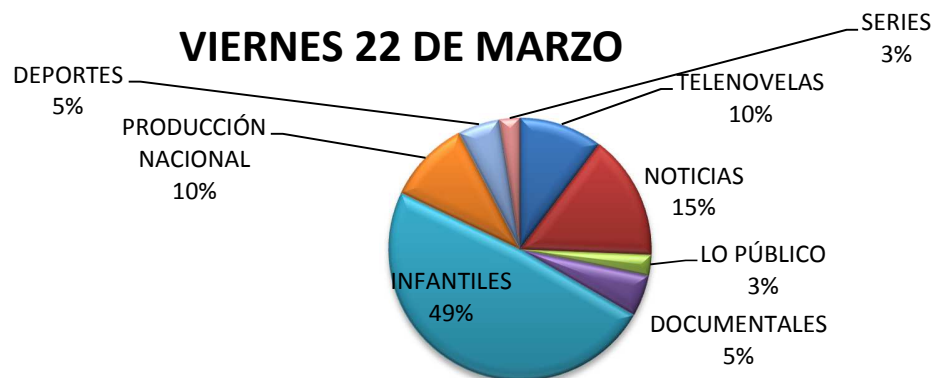


Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

El jueves se vuelve a priorizar a la Producción infantil con el 44%; le sigue la Producción Nacional con el 26%. Los Noticieros ocupan el 14%. Mientras que el porcentaje restante lo dividen entre las Telenovelas y las Series alcanzan.

VIERNES 22 DE MARZO



Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

Los días viernes la Producción Infantil alcanza casi la mitad del tiempo en cuanto a importancia en el día con el 49%, seguido por los Noticieros con el 15%, dejando con

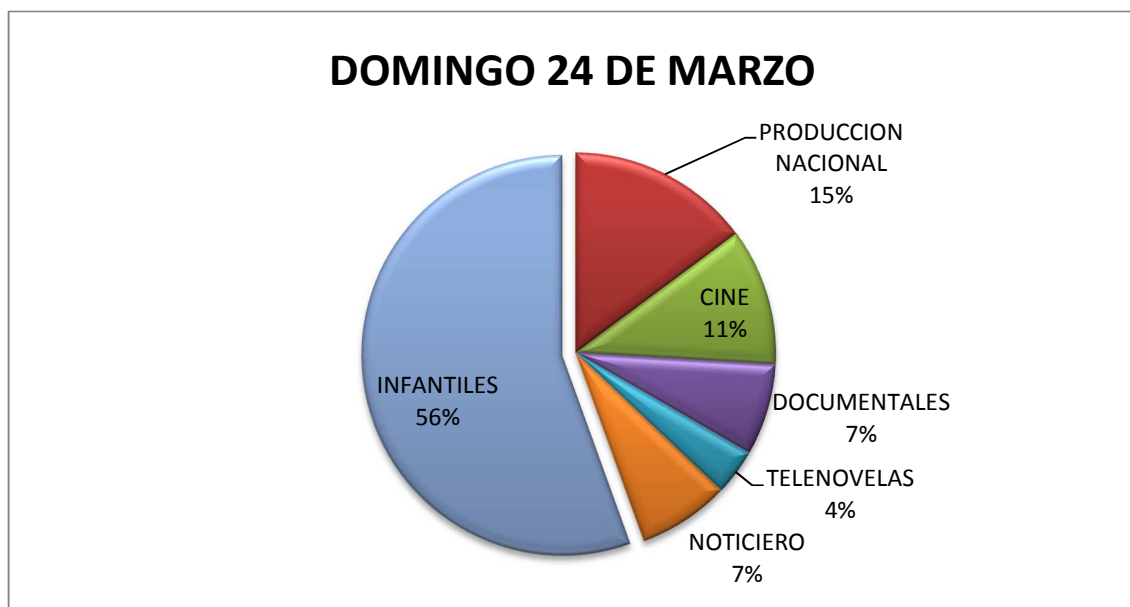
bajo puntaje la Producción Nacional con 10% que se caracterizaba por estar entre las más utilizadas. Por su parte las Telenovelas ocupan el 10%, los Documentales el 5% y al último deja a los contenidos de las Series junto al programa Lo Público.



Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

Ahora más que otros días la Producción Nacional alcanza el 56% sobre pasando la mitad del tiempo en la parrilla del día y cabe recordar que ocupa un amplio horario familiar. En este día nos encontramos con una variante debido a que los Noticieros desaparecen y es transmitido el Noticiero de Señas que ocupa el 4%. La Programación Infantil baja su importancia el sábado debido a que alcanza un porcentaje del 16%; mientras que se da el aparecimiento de una nueva categoría, el Enlace Ciudadano que suma un 8% , mismo porcentaje que las Series y los Documentales.



Fuente: Programación de ECTV

Elaborado por: Grace Guerrero

Finalmente en este día vuelve a liderar la Programación Infantil con el 56%; mientras que la Producción Nacional suma el 15%. En este día se potencia la categoría del Cine con el 11%, relegando a los Documentales que tienen el 7%, misma cantidad que los Noticieros. Al último se encuentran a las Telenovelas con un 4%.

Tras este acontecimiento en la semana existe un alto porcentaje en cuanto a la Programación Infantil que ocupa el primer lugar con el 41.2% de importancia según la parrilla de ECTV. En segundo lugar se encuentran los programas de Producción Nacional con el 24.2% y tercero están los Documentales con el 17.1%. Después de estos están los Noticieros con el 12.5%; las Series con el 8.5%; los segmentos de Deporte con el 3.5%, el Cine con el 1.5%; las Telenovelas con el 2.7% y finalizan esta lista el Enlace Ciudadano y el programa de Lo Público con el 1.1%.

4.5 .1 Análisis de los Programas de Ecuador TV (ECTV)

Producción Nacional

“El trabajo del equipo de producción consiste en organizar los medios técnicos y personales que intervienen en la realización del largometraje, documental o programa de TV con un presupuesto limitado. Coordina las actividades del resto de equipos que intervienen” (Zettl, 2000, pág. 85).

En primera instancia se debe tener en claro el término “producción” y las características que ésta tiene en un determinado programa para poder ser transmitido. La producción es un proceso que puede terminar en corto, mediano o largo plazo dependiendo de los objetivos trazados en la elaboración del programa. Este fenómeno tiene cuatro etapas antes de salir al aire: pre-producción, producción, postproducción y la transmisión.

En la pre-producción las propuestas y las ideas son desarrolladas para después ser puestas en práctica. Esta fase es usada para la planeación del programa de televisión mediante ciertas actividades como la organización del presupuesto, viáticos, tiempo, alimentación, entre otras. El objetivo principal de la pre-producción es conseguir que el programa sea exitoso dependiendo de las necesidades que desean cubrir y al tipo de público al que se espera llegar. En esta fase también se determina quienes conformarán parte del personal de producción y los elementos que se deben tomar en cuenta para el momento de la aplicación que se dará posterior a la planificación, la misma que se denomina producción.

La producción es llevar a cabo todo lo planificado anteriormente, es la aplicación de las ideas plantadas en un principio por medio de grabaciones y demás. Estas pasarán a un proceso llamado postproducción donde se edita el material realizado en la producción y se somete a una calificación de calidad para que después pueda ser transmitido, ésta es la última etapa.

De esta manera, podemos encontrar que en ECTV existen varios programas de carácter nacional que surgen con el sentir de la realidad local, regional, bajo parámetros sociales, políticos, culturales económicos. Lo evidenciamos en los siguientes programas hechos en Ecuador y transmitidos por este medio como: Puerta Abierta, Perspectiva 7, Lo Público, Minicoms, Mikromundos, Vele vele vele, La Caja de Pandora, Descarga Musical, Selva Viva, los mismos que están divididos por temáticas y problemas sociales diferenciados unos con otros.

Por ejemplo existen programas que analizan temas políticos como el caso de Perspectiva 7 que es un presentación que realiza debates en cada uno de sus programas sobre diferentes temas del quehacer nacional específicamente de carácter político en un horario nocturno (20h45) al cual corresponde la estelaridad buscando tiempos precisos para llegar al público. En Perspectiva 7, con la dirección de Rodolfo Muñoz, también se tocan temas que acontecen en el país que han sido del interés de la audiencia y que, por lo general, han dado mucho de qué hablar en los diferentes medios de comunicación. De esta manera se lleva a un análisis por parte de los panelistas invitados y del presentador quienes dan su punto de vista sobre el tema a tratar.

Un claro ejemplo de esto es el programa realizado en el mes de marzo del 2013 donde se estudió el caso del fallecimiento de la joven de 20 años, Karina del Pozo. En este programa en particular estuvieron panelistas cercanos a la situación y profesionales que dieron su perspectiva del fallecimiento de la joven modelo. El programa duró 58

minutos con el acompañamiento de pausas publicitarias aprobadas por el Consejo nacional Electoral (CNE). Por esta razón vemos que el programa que maneja Rodolfo Muñoz es manejado por temas políticos donde el objetivo es informar y debatir sobre una temática en especial.

La producción nacional específicamente dirigida al acontecer político se la ubica por lo general en los horarios de la noche esperando contar con televidentes de criterio formado (adolescentes y adultos) que antes de su descanso pueden enrolarse en el tema que se llevó a cabo en el programa.

Otro programa es Descarga musical el cual proyecta nuestra música que va de la mano de los talentos ecuatorianos. Su transmisión empieza a las 15h00 todos los domingos. Descarga Musical es un programa con una estructura diferente al mencionado anteriormente debido a que ésta busca el acogimiento de la gente juvenil por medio de la música que en su mayoría es de autores ecuatorianos. Este espacio tiene una duración de 28 minutos y la modalidad es la transmisión simultánea de videos sobre música. Por otra parte, Unísono Clips es un programa que transmite videos sobre rock independiente de toda Latinoamérica pero es dirigida para el mismo público que Descarga Musical. De esta manera ambos programas tienen como meta entretener al televidente.

Otro programa es Puerta Abierta, el cual es un espacio para fundaciones, sindicatos, organizaciones sociales, gremios, asociaciones. Su contenido está dedicado a mostrar el trabajo que hacen, junto a una entrevista para conocer sus objetivos y necesidades. Su tiempo de duración es alrededor de 30 minutos, donde se utilizan dos géneros periodísticos muy populares como es el caso del reportaje y la entrevista. Se transmite los días lunes y jueves a las 14h20. Puerta Abierta recorre el país para dar a conocer las labores que se realizan en los diferentes trabajos del país, desde aristas independientes como la betunería hasta el trabajo de organizaciones como el caso de fundaciones de

niños. Este espacio busca los testimonios de las personas para que expresen sus anécdotas en sus lugares de trabajo y por medio de éste dar a conocer a los televidentes la forma en que se emplean los diferentes trabajos del país y el estilo de vida que tienen los personajes. De esta manera, Puerta Abierta busca dar a conocer las distintas culturas laborales del país con el fin de informar.

En el programa Lo Público la intención es contar con representantes de ministerios y de gobierno, bancadas, asambleístas, para que puedan dar su rendición de cuentas. Se abordan temáticas socio-políticas de interés público. Cabe resaltar que se transmite en tiempo real, con microondas, llamadas al aire. Su vía de comunicación con el público es a través de mensajes de Facebook o llamadas al aire, también cuentan con un espacio dedicado a la opinión ciudadana. Su horario es de 8h00 a 8h30, tiempo en el que están en contacto con la ciudadanía para informar sobre el manejo de las corporaciones o entidades más importante del país. El horario del programa que maneja Carla Larrea entra en horario propicio para quienes se encuentran en el hogar, en trabajos donde puedan acceder a la televisión pese a que el horario es de frecuencia laboral, es decir, en una hora donde la mayoría de personas están en sus labores cotidianas. Lo Público está dirigido a gente con criterio formado que pueda dar opiniones e inquietudes sobre el tema que se trate en el programa.

Finalmente, Vele vele vele está dirigido por Jalal Dubois y Rodrigo Padilla quienes anteriormente trabajaban en medios privados (Teleamazonas y Gamavisión, cuando éste último era privado) con programas muy similares como el caso de La Kombi y Ni Steven, Ni Washo que tienen la finalidad de entretener al televidente. Este programa es transmitido los días lunes y miércoles en ECTV a partir de las 20h15 (Reprise Domingo - 20h00); además en él existe un segmento donde se realizan bromas a familiares y conocidos de televidentes que, mediante mensajes, solicitaron la ayuda de Jalal y Rodrigo.

Como hemos visto anteriormente, los programas de producción nacional transmitidos en Ecuador TV tratan de impulsar contenidos que identifiquen a la sociedad ecuatoriana por medio de programas con diferentes temáticas acorde a la realidad del país como es el caso de los temas políticos, de entretenimiento, musicales, de carácter cultural, etc. Esta es una diferencia que tiene el medio con otras televisoras debido a que se puede evidenciar que existe un apoyo incondicional hacia los productores ecuatorianos quienes esperan dar a conocer acontecimientos del país o temas que se están devaluando en el Ecuador. Por ejemplo en otros medios no existen muchos programas que den apertura a la música elaborada en el país, mientras que ECTV está dando oportunidad a estos programas.

Sección Deportiva

En éste ámbitos hay puntos diferenciadores muy importantes y evidentes que tienen que ver con las políticas del canal de no atenerse a publicidad comercial, y en los deportes es normal escuchar publicidad durante las transmisiones debido a que ésta es una de las formas de mantener al aire el programa. Por ejemplo en un canal privado podemos observar las menciones a empresas comerciales y se puede ver los logos en el entretiempo y al principio del partido, esto en el fútbol. Sin embargo en ECTV Deportes no existe esta publicidad en abundancia debido a que hay pocas menciones de propagandas aprobadas por el CNE pero esto se da al comienzo del partido y en el entretiempo, más no durante el encuentro, cuando hablamos de transmisiones de partidos de fútbol. ECTV cuenta con los derechos televisivos de tres equipos (CD El Nacional, Liga de Loja y Deportivo Quito) del país debido a la política del conocido “Canal del Fútbol” donde los derechos deportivos de cada equipo fueron divididos por diferentes medios pero ECTV lo hace de una manera particular al “no ensuciar la transmisión del encuentro” como nos manifestaba Juan Tapia en una entrevista realizada sobre la diferenciación de la transmisión de partidos con medios privados.

Telenovelas

Debemos entender que en el negocio de la televisión se muestran algunos escenarios desde dos aristas, el que provee contenidos y compra los contenidos a nivel internacional y quienes proveen internacionalmente y quienes proveen los contenidos han establecido acuerdos de difusión con diversas estaciones.

“En cuanto a disponibilidad de contenidos en telenovelas no faltan ofertas” es lo que señaló Marcelo del Pozo, Director de Producción y Programación de ECTV, indicando que buscaban dar una propuesta distinta a la existente en la televisión ecuatoriana en cuanto a telenovelas, es decir que no querían transmitir novelas de producción de Colombia, México, Brasil y Venezuela debido a que está ya se encuentra plasmada en las programaciones de otros medios por lo que ECTV optó a transmitir telenovelas del continente asiático con quienes intercambiaron programas.

Por esta razón la telenovela “Oshin” es una de las novelas que transmite ECTV, este programa es una producción Japonesa está dirigida al público juvenil el cual no tiene sexismo, violencia o agresión hombre- mujer. Esta novela cuenta la historia de una niña campesina muy pobre nacida en Japón, que a través del trabajo duro y la perseverancia finalmente triunfa sobre la adversidad y el dolor.

Por otra parte se encuentra, “El Ceniciento” que respecta a la producción Coreana en la que cuenta que dos hombres intercambian identidades al descubrir que son físicamente iguales. Lee JoonHee, millonario y Oh Dae San, su contraparte cuyo origen es sumamente humilde, esta telenovela es bajo la supervisión de adultos por su contenido dramático.

Sus horarios responden “Oshin” de lunes a viernes 19h45 y “El Ceniciento” de lunes a viernes 17h30 en horarios estelares dedicados a la juventud ecuatorianos llegando a los lugares más lejanos del país con el fin de entretener.

Series

Castle es una historia de un escritor que se queda sin inspiración y se encuentra con un asesino que imita los asesinatos de las novelas escritas por Castle, por esta razón acompaña a una inspectora en la captura del culpable de la serie de asesinatos y en esta ayuda encuentra una inspiración con la inspectora por lo que decide acompañarla en sus siguientes casos. Es programa se transmite los días lunes a partir de las 22h30 y es dirigido para televidentes adultos debido a que este programa cuenta con un lenguaje fuerte e imágenes que no están al alcance de ser vistos por niños ni personas menores de edad. Castle es una serie que tiene imágenes con asesinatos que pueden ser cuestionados por los niños debido a la incomprensión y diferenciación de los temas de ficción y la realidad, esta diferenciación puede ser mal interpretada e influencia para personas si un criterio formado.

Por otra parte la serie Scrubbs es una historia que muestra la vida personal y profesional de quienes trabajan en un hospital y es transmitido los días sábados a partir de las 15h30 y busca entretener a los jóvenes y personas adultas debido a que su lenguaje es cómico y cotidiano.

Enlace Ciudadano

La transmisión Sabatina que la dirige el Presidente de la República Rafael Correa “La voz del Gobierno a sus mandantes”, lo realiza recorriendo los lugares del país, junto a su

equipo de trabajo, miembros de ministerios junto a los encargados de la transmisión de este programa. Todos los sábados a partir de las 10h00 por ECTV que puede superar las tres horas de emisión, lo acogen también otras televisoras y radios del país.

Durante la transmisión del Enlace Ciudadano Rafael Correa, Primer Mandatario del Ecuador, da a conocer al pueblo su gestión durante la semana, en las que muestra obras finiquitadas u obras en proceso, además cuestiona entidades públicas y privadas que a su criterio están mal o bien manejadas, además en estos enlaces se puede disfrutar de artistas invitados para compartir sus cualidades sean musicales, artísticos, artesanales, culturales, entre otros.

El público que sigue el enlace sabatino es, por lo general gente adulta o personas con criterio formado quién es pueden opinar o dar su punto de vista de acuerdo a los reportajes que muestra de su gestión. Sin embargo el horario en el que se transmite está abierto a todo público incluyendo a los niños.

Sección Cine

Mundo Mágico es uno de los programas en el que ECTV transmite películas por lo general realizadas por la productora estadounidense Disney que tienden a ser de carácter infantil y en algunos casos acción. “Ecuador TV tiene las mejores películas de Disney para compartir con la familia como si estuvieras en el cine”, es la frase utilizada por el programa por lo que se puede deducir que el objetivo de este medio de comunicación es unir a la familia por medio de una película o, en otras palabras, juntar a las personas de un hogar para que vean la película de turno. El horario de Mundo Mágico es todos los domingos a partir de las 17h00, constituyéndose un horario familiar en el que todo público puede ver.

Por otra parte se encuentra Fantasilandia que es un programa en la que se pasan películas de carácter cómico o de acción para que las personas del hogar disfruten y se distraigan. Fantasilandia dan todos los domingos al medio día (12h00) y es apto para todo público.

Ecuador TV cuenta con Noches de Cine que es un espacio de películas interesantes debido a que en él se transmiten cualquier tipo de películas como de Terror, Comedia, Acción, Suspenso, entre otras. El lenguaje de estas películas es fuerte en muchas ocasiones, con imágenes de la misma magnitud por lo que se trasmite todos los domingos a partir de las 22h00, horario en el que priman las personas adultas y los jóvenes. Por lo general estas películas son producidas por empresas norteamericanas o europeas.

Finalmente, Nuestro Cine es un espacio de películas en la que se da prioridad a productoras Iberoamericanas y Latinoamericano, mismas que tienden a tener imágenes fuertes como la película colombiana “Ratas, ratones y rateros” o la argentina “El Secreto de sus Ojos” que tienen partes durante la película que merecen ser censuradas, pero en este caso no lo hacen debido a que están en un horario óptimo para su transmisión. El programa es emitido todos los viernes a las 22h30. Por esta razón se puede delimitar que el objetivo del programa va dirigido a personas adultas o jóvenes mayores de edad y que es prohibido para público infantil.

Documentales

Animales Extremos es un programa sobre documentales originalmente de Animal Planet. Ecuador TV adquirió los derechos de transmisión de este medio para transmitir el programa que era dirigido por Jeff Corwin quien es un explorador que se aventura por todo el mundo y da a conocer características importantes de los animales más peligrosos del mundo. Este programa sale al aire en ECTV todos los miércoles a partir de las

08h30 y es dirigido para todo el público con la intención de educar y dar a conocer como es la vida animal en los diferentes lugares del mundo. Este es uno de los programas más reconocidos a nivel mundial debido a los detalles que se dan durante el mismo. Además que es una buena herramienta para educarse sobre el funcionamiento y la mentalidad de los animales y cuan peligrosos pueden llegar a ser.

ECTV cuenta con el programa de A Prueba de Todo que es del medio Discovery Channel de Estados Unidos y que, al igual que Animal Planet, ha tenido una respuesta positiva por su audiencia debido al nivel de programas que trasmite. Uno de estos es A Prueba de Todo que es dirigido por Bear Grylls quien se adentra en los lugares más peligrosos de todo el mundo y hace un simulacro de supervivencia para educar a la gente y mostrar que clase de alimentos puede consumir en un caso de que alguien se extravíase. Además muestra que elementos son importantes para vivir en un ecosistema complicado como la jungla, el desierto, entre otros. Este programa educativo es transmitido para el público en general por el medio ecuatoriano ECTV los miércoles a las 20h45 y los domingos a las 21h00.

Por otra parte, está el programa “Especiales de BBC” donde se analizan particularidades del mundo a profundidad sobre ciencia y tecnología. Este programa al igual que los dos mencionados anteriormente es de carácter educativo y para todo el público que desee ver.

Otro de los programas, y muy similar a los anteriores, es “Especiales de National Geographic” en el que se hacen investigaciones sobre animales y sobre las distintas culturas existentes a nivel mundial. Además hace estudios sobre los acontecimientos más importantes del mundo y de temáticas de interés del público para que éstos puedan aprender y conocer los distintos lugares.

“La evolución histórica y científica de cada pueblo y cultura humana, en documentales de calidad inigualable”, es la frase que utiliza ECTV para transmitir estos documentales.

Sin duda alguna ECTV encontró en estos programas que son reconocidos a nivel mundial una potencialidad debido a que éste tipo de cosas no se ve en la televisión comercial únicamente por televisión pagada.

Noticias

El espacio noticioso que sigue día a día el acontecer nacional del país, se transmite en el noticiero Gente al día el primero en llegar a la población desde las 06h55 con una duración de dos horas aproximadamente, en el cual de entrada se comparten imágenes desde los diferentes puntos de la ciudad a través del ECU 911, para conocer el tránsito en la ciudad así continúan con la presentación de las siguientes noticias nacionales, el espacio de deportes, se muestran reportajes que evidencian la comunicación directa con los actores sociales que hacen noticia, familias ecuatorianas seguirán la señal de ECTV pues su horario está dedicado a toda la población. En todos sus noticieros los contenidos tienen acogida de personajes ministeriales, no contiene notas de crónica roja ni amarillistas, se remiten a información de la gestión social.

En su primera emisión del Noticiero del medio día, Meridiano que se transmite a las 12h30, desde Quito y Guayaquil su duración es aproximadamente de 21 minutos sin cortes, con el despliegue de noticias nacionales y un espacio deportivo, los reportajes nacionales dan voz a quienes son parte del entorno social, en sus diferentes escenarios del entorno, en caso de ser necesario se da apertura a microondas en vivo, desde el lugar de los hechos.

En su segunda emisión de Meridiano ofrecen información a partir de las 14h00 desde Quito y Guayaquil aproximadamente dura 17 minutos sin cortes, los últimos 5 minutos son destinados a información deportiva, con el mismo formato de la anterior emisión.

El Noticiero Ecuador al día es el primer informativo regional del país, un bloque noticioso que se emite de lunes a viernes a las 18h00 durante 30 minutos se abordan noticias que acontecen en cada provincia del Ecuador, para todo tipo de público.

Otro espacio informativo es ECTV Noticias en su primera y segunda edición con los hechos más relevantes de la jornada en sus transmisiones estelares de las 19h00 y 21h45 con contenidos que acontecen en horas de la tarde, impulsando la inmediatez que los caracteriza, dejando de lado notas amarillistas y crónica roja lo cual no aporta al panorama informativo y educativo.

Un espacio para mantener informados a personas con discapacidad visual y auditiva ECTV Noticias en lenguaje de señas toda la información para personas que necesitan estar al día en el acontecer local, regional y nacional todos los sábados después del enlace ciudadano, resulta una forma de llegar a la otredad.

Una de las particularidades con las que cuenta el noticiero de ECTV es el lenguaje de señas que implementa para la gente que tiene problemas al escuchar y ver así como también para culturas que tienen otro idioma. Para esto hay un noticiero en Quecha que es exclusivamente para las poblaciones que hablan este idioma, esto con el fin de rescatar esta lengua que se ha ido perdiendo por algunos años.

Infantiles

“Debe obligarse a los canales a incluir en la programación espacios exclusivos para niños” (Fuenzalida, 2006, pág. 96) era una de las declaraciones publicada en la Revista Chasqui donde a su vez hacían un análisis sobre los programas infantiles que se evidenciaban en televisión por cable como Discovery Kids, Cartoon Network, Nickelodeon, entre otros y que estos programas deberían ser incluidos en la televisión ecuatoriana. Sin embargo, en la actualidad ECTV ha tomado esta iniciativa de transmitir programas para niños con un contenido de fácil comprensión.

De esta manera Ecuador TV es el medio que, probablemente, más programación infantil usa en su parrilla. Pero la característica de estos dibujos animados es que es de carácter educativo que manejan un lenguaje para educar y de fácil comprensión para los infantes ecuatorianos. En la mañana ECTV dispone variedad en programación infantil, pero cabe recalcar que los dibujos tienen una duración de máximo treinta minutos que es para que “los niños no se aburran de ver lo mismo, sino de ver y aprender de ellos de una forma concreta”, esto según nos dio a entender el Director de Producción y Programación, Marcelo del Pozo.

Partiendo de esta idea podemos observar que hay una variedad de programas que daremos a conocer más adelante pero que a su vez muchos de ellos son transmitidos pocas veces a la semana, aportando con diferentes contenidos para los infantes.

Además cabe aclarar que los dibujos animados de ECTV son, en su mayoría, para los niños aunque pueden ver todo tipo de público. Esto a diferencia de otros canales que transmiten dibujos animados con un lenguaje más complejo como por ejemplo The Simpsons.

“En el Ecuador hay algunos niños que no acceden a la educación preescolar o va tardíamente a la escuela habiendo una población de niños por debajo de los 6 años que pasan en la mañana en la casa, en la tarde pasa con sus hermanos entonces que las madres tengan la confianza de tener televisión de calidad”.- Marcelo Del Pozo Director de Producción y Programación.

De esta manera la televisión pública aporta al fortalecimiento de actitudes cognoscitivas que son la base del aprendizaje de los niños, es decir estamos hablando de una televisora que promueve valores, información, educación, que entretiene a los pequeños de la casa durante el horario matutino, el tiempo que se ha nominado para esta sección para pequeños responde a episodios de 11 o 13 minutos catalogados como programas cortos y para los niños más grandes con contenidos de 26 a 30 minutos.

Usualmente inicia la programación infantil a partir de las 9h30 con cortes posteriores para las emisiones estelares de los noticieros informativos de ECTV.

Entre los contenidos podemos mencionar Art Attack un producto educativo cargado de diversión, entretenimiento, para aprender y crear propias invenciones siguiendo cada uno de los pasos y utilizando la imaginación, todos los miércoles jueves y viernes a las 10h30 apto para todo público.

Parte de la parrilla también lo es Jhonny Test un niño de 11 años que vive junto a sus padres, hermanas gemelas y su mejor amigo es un perro parlanchín. los colores de estos dibujos animados son lejanos de la realidad como son color de cabello y particulares trajes con modelos vistosos, todos los lunes y martes a las 11h20 con una duración de aproximadamente 20 minutos.

Garfield una serie inspirada en un perezoso, hambriento y consentido felino que comparte sus aventuras con un singular perro y su amo que los protege, lleva al espectador momentos de aventura, su horario lunes y viernes a las 12h15.

También se transmite Enlazados con Babau su slogan es “Enlazados hay que estar conectados somos más” un títere que comparte cosas nuevas con sus amiguitos, les lleva sorpresas increíbles, manualidades y actividades que fortalecerán el desarrollo infantil los miércoles y viernes a las 11h30.

Con el protagonismo de los niños y su dramatización de diferentes seres de la Tierra compartirán la ciencia de manera diferente, llega a la pantalla Gente D-Mente, con un escenario colorido y lleno de fantasía apto para todo público.

La abeja llamada Maya una producción Japonesa, la protagonista es una abeja en dibujos animados que es inquieta, preguntona, perspicaz con sus amigos, vive aventuras de lunes a viernes a las 13h40.

Ellos son pequeños seres azules Los Pitufos hallados en una Pitufi aldea, son cariñosos, la televisión pública trae 30 minutos llenos de diversión, luchan para librarse de el brujo malvado Gargamel, los sábados a las 17h00 y domingo a las 16h30, se ubican en horario familiar para pasar un momento con los integrantes de la casa esto es apto para todo público.

Ellos son 6 integrantes en La Casa de Micky Mouse de la casa Walt Disney Pictures grandes aventuras que los más pequeños la disfrutarán los miércoles y jueves a las 15h15.

Reino Animal un episodio en el que exploran animales de la jungla, criaturas del desierto, animales acuáticos “Donde hay animales siempre hay una aventura” sus imágenes en ilustración animada y con paisajes atractivos que reflejan la naturaleza del color. Todos los domingos a las 06h00 apto para todo público.

Una serie de cortos llega a la pantalla de ECTV El Oso Bernard se trata de un oso polar, bastante ocurrido, travieso y gracioso que mantendrá divertidos a los pequeños del hogar con un tamaño particular y un cuerpo que provoca verlo en escena.

Un mágico personaje El Principito de cabellos de oro constituye una serie basada en la famosa obra de Antoine de Saint-Exupéry de lunes a viernes a las 10h45.

Cabe recalcar que la producción infantil llega nacional e internacionalmente para alegrar, educar y entretener las mañanas y tardes de los niños, estas series están compuestas de hasta 30 minutos de contenido.

CONCLUSIONES

El surgimiento de la televisión pública de cierta manera ha posibilitado que la sociedad Ecuatoriana tenga una cierta programación diferenciada respecto a la televisión privada.

La programación de la tv privada ha estado enfrentada fundamentalmente en función del rating y el look.

La agenda de la televisión pública debería estar orientada a modificar radicalmente su programación ya que el objetivo de la televisión es el rescate de la identidad, la cultura, las tradiciones, etc.

De la investigación realizada a los televidentes de ECTV vemos que hay una tendencia del 70% de personas que siguen la señal de este medio de comunicación.

De igual manera a partir de la investigación en la pregunta cuál de los programas de la televisión pública es de su preferencia podemos observar que el público está ávido porque prefiere producción nacional.

Respecto a la valoración de la programación del medio la gente lo califica como Buena, con un 37% vemos la preocupación del público activo que demanda calidad de contenidos.

El medio público ECTV lastimosamente ha dejado de ser un canal público y se ha convertido en un medio que de cierta manera expresa una tendencia gubernamental lo que también incide en la programación.

LISTA DE REFERENCIAS

- Aguilar, L. (2012). Formación de Agenda Pública en la Sociedad Mundial. *Encrucijada*, 74-94.
- Aguilar, V. L. (1994). *Problemas públicos y la agenda de gobierno* . México .
- Allende, B. (2005). *Proyección de la televisión abierta en el formato digital: Escenarios y posibilidades*.
- Álvarez, L. (1977). *Participación y democracia* . México: UNAM.
- ANDINA. (Octubre 2006). Comunicación para la integración . Lima- Perú: Impreso en Lima.
- Aristóteles. (2002). *La Política* . Madrid: Nacional.
- Berelson. (1942). *The Effects of Print Upon Opinion*. Chicago.
- Berelson, B. (1997). *Crítica de la información de masas*. México: Trillas.
- Berlo, K. (2000). *El proceso de la comunicación* . El Ateneo .
- Berlo, K. D. (2000). *El proceso de comunicación* . El Ateneo .
- Buenos Aires, U. (2010). www.pyp-uba.com.ar. Recuperado el 12 de Enero de 2013, de www.pyp-uba.com.ar
- Casemeiro, D. P. (2000). *Biblioteca Central "San Benito Abad"*. Recuperado el Martes de Enero de 2013, de <http://www.bibliotecadigital.uca.edu.com/repositorio/educa/medios/eleccionesagenda>
- Castells, M. (2001). *La Era de la Información. Tomo I*. México : Siglo XXI.
- Charo, M. (Mayo de 2005). www.elmundo.es. Recuperado el martes de Enero de 2012, de www.elmundo.es
- CIESPAL. (1981). *Video y cine: principios en dos medios de comunicación*. Quito: Colección Intiyán .
- Cieza, H. (Octubre de 2008). *El proceso de la comunicación: elementos*. Recuperado el lunes de diciembre de 2012, de www.slideshare.com
- Cogsell, D. G. (2006). *Chomsky para principiantes*. Argentina: Era Naciente.
- Dorantes, G. (2008). *La construcción de la agenda de poder* . México: UNAM.

- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e Integrados* . Lumen S.A .
- Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Lumen S.A.
- Eco, U. (2011). *Apocalípticos e Integrados. Cultura de Masas y Estética Kitch*.
- Everett, D. &. (1996). *Thousand oaks*.
- Ferdinand, T. &. (1957). *De la comunicación a la sociedad* . Michigan : Traducido por Charles Loomis.
- Freidenberg, F. (2000). *Medios de comunicación* .
- Fuenzalida. (2006). Los niños y la televisión. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*.
- García, C. (3 de Diciembre de 2012). www.sociedad.elpais.com. Recuperado el Lunes de Enero de 2013, de CNN en Español: www.cnn.com.es
- González, T. (1994). *Televisión y comunicación: un enfoque teórico y práctico*. México.
- Habermas. (1973). *Offentlichkeit*. Frankfort.
- Habermas. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona.
- Herreros, C. (Abril 2005). Innovación en la gestión de contenidos para televisión .
- Katz, E. (2010). *Teorías de los usos y gratificaciones* .
- Kitzberger, P. (2005). *Diálogo Político*. Argentina.
- Lazarsfeld, P. (2012). *Educación para una cultura multimedial*.
- Leprohon, P. (1897). Historia del cine sacada. *El Fígaro*, 23- 24 .
- Lippman, W. (2003). *La Opinión Pública y percepción de la credibilidad*. Madrid.
- Lippmann. (2003). *La Opinión Pública y Percepción de la Credibilidad* . Madrid.
- Lippmann, W. (1922). *El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza*.
- luengo, C. (2008). *Desde los efectos mediáticos hasta la influencia cultural: fundamentos mediáticos para una interpretación de noticias*. España.
- Manabí, U. L. (1998). *CYBERALFARO*, N° 10.
- Maquiavelo, N. (1513). *Philosophia*. Recuperado el lunes de Febrero de 2013, de www.philosophia.cl

- McCombs. (1972). *The Agenda Setting Function of Mass Media*.
- McCombs. (1994). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. Barcelona : Paidós .
- Mendez, M. (2003). *Credibilidad y Opinión Pública entre estudiantes de la comunicación y derecho*. Caso de la Iglesia Católica.
- Meyer, R. (2009). Establecimiento de agendas en los medios de comunicación. *Revista Latina de comunicación social*, 25-28.
- Monzón, C. (1987). *La opinión pública: teorías*. Madrid: Técno.
- Mora, A. (1982). *La primera pantalla*. Guayaquil : Amauta.
- Neuman, E. (1992). *El nuevo espacio público- El espiral del silencio*. Barcelona- España : Paidós.
- Neumann, E. (1992). *El nuevo espacio público- El espiral del silencio*. Barcelona : Paidós.
- Nord, D. &. (1993). *The Politics of Agenda in Late. Establecimiento la Agenda*. Paidós.
- Palermo, U. d. (2012). *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires : Argentina .
- Paoli, A. y. (1988). *Comunicación Publicitaria*. México D. F: Trillas.
- Pasquiali, A. (1986). *Comprender la comunicación*.
- Platón. (1871). *Parménides*. Madrid: Patricio de Azcarte.
- Ramonet. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate S:A .
- Rodriguez, R. (2001). *La Agenda Setting de los alumnos y profesores*. Madrid: Departamento de Sociología.
- Rousseau, J. J. (1999). *El Contrato Social*. Madrid: Aguilar.
- RTVECUADOR. (s.f.). Guía Editorial. Quito.
- Ruiz, C. (2002). *Manual para elaboración de políticas públicas*. México : Plaza y Valdéz.
- Sartori. (1998). *Homo Videns- La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Sartori. (2009). Teorías de la Agenda Setting. *Gazeta de Antropología*, 75.
- Sartori, G. (1988). *Teoría de la democracia*. Madrid : Alianza Universidad.
- Sartori, G. (1997). *Homovidens: La sociedad teledirigida*. Taurus .

- Sartori, G. (1997). *La Sociedad Teledirigida*. Madrid : Taurus .
- Schanaider, R. y. (2004). *Comunicación para principiantes* . Buenos Aires. Argentina : Era Naciente .
- Schramm, W. (1983). *Comunicación e información*.
- Shutz. (2006). Análisis de la Calidad Informativa. *Revista de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo* .
- Telesur. (1990). *La nueva televisión del sur* . Recuperado el martes de enero de 2013, de www.telesurtv.net
- Trelles, M. (2012). Hacia la construcción de una agenda ciudadna en los medios de comunicación.
- Umberto, E. (1968). *Apocalípticos e Integrados*.
- Vicent, P. (1994). *Opinión pública- esfera pública y comunicación* . Barcelona- España: Paidós.
- Villamarín, J. (1997). *Síntesis de la historia de la comunicación social y el periodismo* . Quito: Radmandi .
- Walter, L. &. (2003). *La opinión pública y la percepción de la credibilidad* . madrid .
- Zettl, H. (2000). *Manual de Producción de televisión* . Pananinfo S.A.

ANEXOS

DATOS ESTADÍSTICOS

N= tamaño de la muestra

(ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA)

E= margen de error $(0.05)^2$

$$N = \frac{989}{1 + 989 (0,05)^2}$$

$$N = \frac{989}{1 + 989 (0,0025)}$$

$$N = \frac{989}{1 + 2.4725}$$

$$N = \frac{989}{3.4725}$$

$$N = 285$$

SONDEO DE OPINIÓN

MARQUE CON UN X LAS CATEGORÍAS VALORADAS

GÉNERO: Femenino ☐ Masculino ☐

EDAD: _____

1-. ¿Usted mira Televisión en casa?

SI ☐

NO ☐

2-. De los canales nacionales colocados a continuación ¿Cuál es de su preferencia y con qué programa?

GAMATV ☐

ECTV ☐

TELEAMAZONAS ☐

TC Televisión ☐

RTS ☐

CANAL UNO ☐

ECUAVISA ☐

¿Diga cuál? _____

3-. ¿Cuántas horas de televisión mira a diario?

De 0 a 2 horas ☐

De 4 a 6 horas ☐

De 2 a 4 horas ☐

Más de 6 horas ☐

4-. Del canal seleccionado en la pregunta 2. ¿Qué programación es de su preferencia?

Deportes ☐

Entretenimiento ☐

Política ☐

Otra ☐

¿Diga cuál?

5.- ¿Usted ha visto la Televisión Pública?

SI ☐

NO ☐

¿Por qué?

6.- ¿Cuál de los programas de TV Pública es de su preferencia?

7.- ¿Cómo valora a la programación de Ecuador TV?

Excelente ☐

Muy Buena ☐

Buena ☐

Regular ☐

Mala ☐

8.- ¿Considera que hay alguna diferencia entre la TV Pública y TV Comercial?

SI ☐

NO ☐

¿Cuáles? _____

9.- ¿Cómo mejoraría la programación de ECTV?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

MODELO DE ENTREVISTA

¿Cuáles son los objetivos de ECTV?

¿De dónde surge la idea de hacer tv pública en el Ecuador?

¿Qué busca la televisión pública en la actualidad después del pre-dominio de la televisión privada?

¿Qué propósito tiene las telenovelas coranas y japonesas para la agenda mediática?

¿Cuál es el objetivo de transmitir programación infantil en horario matutino?

¿La tendencia de los programas responden netamente al Gobierno?

¿Cómo influye la programación televisiva en las personas?

¿A qué demanda social responde el tiempo de duración de los programas de ECTV?

¿Qué recomendación haría a Ecuador TV?

¿Cuál es la diferenciación de la Televisión Privada y la Televisión Pública?

¿A qué se le debería entender por Televisión Pública?

ENTREVISTAS A PERSONAJES COMUNICADORES

MARCELO DEL POZO



CARGO: DIRECTOR DE
PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN
DE ECUADORTV

LUGAR: EDIFICIO DE LOS MEDIOS
PÚBLICOS ECUADOR TV

TEMA: CONSTRUCCIÓN DE LA
AGENDA MEDIÁTICA DE LA
TELEVISIÓN PÚBLICA

-¿Cuáles son los objetivos de ECUADORTV?

Los ejes temáticos están originados en las razones por las que apareció la televisión pública que era dar una televisión alternativa, complementaria, de servicio público que no primen los sentidos comerciales, intereses de agenda política y que fortalezca la identidad nacional siendo universal que permita que llegue a todo el país y al mismo tiempo sea una oportunidad para dar ciertos contenidos que la televisión comercial no estaba dando.

-¿Cómo se ha definido la parrilla tenemos entendido que sus categorías son enlace ciudadano, series, cine, telenovelas, producción nacional, infantil. De acuerdo a qué rango se ejecuta este proceso?

Cuando hablamos de dar una programación alternativa complementaria aquello que no daba la televisión ecuatoriana comercial, nosotros analizamos eso y uno de los contenidos que habían sido abandonados temáticamente en especial era el infantil, nosotros hemos dado principales puntos de atención tanto en calidad como en cantidad

de transmisión infantil, de hecho creemos que es la mejor oferta de la televisión infantil ecuatoriana.

Luego tratamos de buscar contenidos que identifiquen a la sociedad ecuatoriana tanto de grupos sociales desde donde provienen, producciones independientes y nos abrimos a ellas para tratar que de esos contenidos que se exhiben sean lo menos dirigidos es decir que las ideas y cuyas propuestas vengan desde afuera. Ha habido programas que nos muestran cómo viven los ecuatorianos, los chicos tecnológicos que son los Minicons, otro programa que nos muestra cómo se expresan las comunidades afro-ecuatorianas puntos de vista indígenas, punto de vista de grupos sociales, colectivos ciudadanos. Hemos tratado de poner en pantalla contenidos de alta calidad formativa e informativa como son documentales, y en horario de prime time que son horarios estelares en la noche como Discovery, BBC, National Geographic, documentales Latinoamericanos, Ecuatorianos. Y el aspecto informativo es decir tratar de dar una opción informativa con una perspectiva diferente de la agenda de los canales comerciales que más o menos estaba alineada con una cierta visión política; también dentro de esos noticieros la agenda informativa de nuestro servicio informativo procura dar análisis, opinión no solamente en la difusión de noticias como los programas de panel que son Perspectiva 7 para abordar diferentes temas del quehacer nacional.

-¿A qué público se quiere llegar con la agenda, ustedes realizaron un estudio para determinar qué programación va a llegar a la gente?

En unos inicios Ecuador TV se nutrió mucho de una socialización que se hizo de la propuesta, se habló con colectivos, con estudiantes se recorrió el país, las universidades y con eso se consiguió cuál era la propuesta que esté acorde con ese sentir ciudadano.

Posteriormente hicimos investigación de saber la percepción de la gente respecto a la televisión existente y tratar de no caer en esos errores, la gran mayoría de la gente si percibe que la televisión es de baja calidad que hay programas pocos ilustrativos,

informativos o que denigran al individuo, pero es también la familiaridad, acuérdense que durante cincuenta años una televisión que no fuese la comercial entonces hay que cambiar los paradigmas. Hemos ido probando a través de los resultados de sintonía que los obtenemos igual que los obtienen otros canales, nuestra intención es ver cómo va la tendencia ver si hay aceptación de nuestras propuestas ubicadas en horarios adecuados entender un poco el comportamiento del televidente ecuatoriano hay que ir reconstruyendo esa información. Otro segmento que está a abandonado de las televisiones es el público juvenil, adolescente con los cuales no hay muchos referentes y hay que trabajar para tratar de indagar esas necesidades y como llegar con propuestas de horarios nuestro propósito es llegar a todos los ecuatorianos, habían lugares que no sabíamos que podía llegar la televisión y que ven por primera vez televisión ecuatoriana en la frontera entonces hay la respuesta que se manifiesta de las comunicaciones, de la web, de las redes sociales, por las cartas que recibimos es por eso que con diversos programas tratamos de ir por todo el país tanto a grabar o cuando acompañamos a las grabaciones al Presiente que va por diferentes lugares tratando de sentir la respuesta ciudadana que es muy positiva.

-¿De dónde nace la idea de hacer una televisión pública en el Ecuador?

La idea de que haya una televisión alternativa ha existido en el ambiente la necesidad ciudadana esta alternativa era por una televisión educativa- cultural es parte de nuestra misión el apoyar aunque no somos necesariamente una televisión educativa-cultural. Por suerte en estos procesos de cambio donde aparecido la televisión pública, ahora han aparecido alternativas de difusión de contenidos alineados con algunas agendas temáticas de acuerdo ministeriales o de servicio público donde ya contenidos que genera el Ministerio de Turismo u otros Ministerios y de esa manera nos quitamos un poco la carga de estar pensando en cosas solo educativas o solo formativas, debemos permitir que vengan iniciativas de otros lados por eso seguimos con los Ministerios, la Orquesta Sinfónica buscando la manera de ser una puerta, tampoco que vengan las iniciativas desde los otros hacia la sociedad.

-¿Qué diferencia considera que existe entre la programación de ECTV y de las otras televisoras Ecuatorianas?

Para nosotros a privado el desconectarnos de unos criterios de unas estrategias que tiene la televisión nacional por ejemplo definirla por audiencias, en la mañana las tarifas son más bajas o por la noche más altas lo ponemos en tal o cual horario.

Nosotros hemos tratado de ver dónde está el público al que queremos llegar y para nosotros el horario prime time de mayor estelaridad podría estar en la tarde o en la mañana, un fin de semana durante la mañana, o en una noche esa respuesta la vamos a tener también hay que tratar de buscar unos nichos en que la gente está dispuesta en cambiar hábitos , la misión de esos intereses son diferentes. Los programas se mantienen con la propuesta de ubicarlo de tal o cual manera y no sacarlos porque tuvo menos sintonía o que no se vendió son los criterios que priman en la televisión comercial.

-¿Cuál es el objetivo de transmitir programación infantil en horario matutino?

Muchos hogares Ecuatorianos ya tienen algunos aparatos de televisión por lo tanto ya no compite un niño con la ama de casa o la madre son dos grupos que se dividen y para la ama de casa poder tener al niño distraído, entretenido o aprendiendo es una ventaja. En el Ecuador hay algunos niños que no acceden a la educación preescolar o va tardíamente a la escuela habiendo una población de niños por debajo de los 6 años que pasan en la mañana en la casa, en la tarde pasa con sus hermanos entonces que las madres tengan la confianza de tener televisión de calidad.

Otro motivo es la carencia de la televisión Ecuatoriana de que no había esos contenidos y muchos de ellos sean preescolares porque hay niños que no van al jardín de infantes y a través de nuestra televisión estamos dando ayuda en eso.

-¿Qué propósito tienen las telenovelas coreanas y japonesas?

En el negocio de la televisión están establecidos algunos escenarios, uno de ellos es que quienes proveen esos contenidos quienes compran los contenidos a nivel internacional y quienes proveen los contenidos han establecido acuerdos de difusión con diversas estaciones es muy difícil que un canal de televisión que tienen un gran acuerdo con telenovelas Colombianas lo vaya a querer perder o romper esa relación para transmitir novelas Argentinas, igual el que tienen novelas Brasileñas.

Primero la disponibilidad de contenidos no hay mucha oferta, segundo la calidad de esa oferta tampoco es buena; entonces los contenidos como las novelas coreanas y cierto género de estas novelas tampoco todas, están dirigidas a un público juvenil no tienen sexismo, violencia, agresión hombre- mujer, son contenidos de entretenimiento y existe una subcultura de chicos que antes que las emitiéramos ya tenían cierto conocimiento del producto a través de Internet siendo una de las razones de novelas coreanas como “El Ceniciento”. La novela japonesa “Oshin” que nos la cedieron en un acuerdo de intercambio de programación con Japón, lo hacemos.

-¿A qué responde el tiempo de cada programa?

Por la estructura de nuestra programación procuramos que sean contenidos de media hora, resulta más fácil de programar y de crear una variedad, la duración depende a quien esté dirigido. Para preescolares no puede ir dirigido más de 11 o 13 minutos cada episodio son programas cortos, para chicos más grandes pueden ser contenidos de 26 a 30 minutos y ciertos contenidos tipo documental requieren más atención como Discovery, National Geographic o un programa de análisis u opinión necesita un espacio más grande alcanzando una hora obedece a los diferentes públicos y de esa manera alcanzamos mayor variedad. la telenovela coreana por ejemplo le damos media hora y si a alguien no le gusta no tiene que estar esperando una hora hasta que el programa se acabe para ver luego algo que sea de su interés.

-¿Qué prioriza la televisión pública?

Más allá de prioridad hay que dar balances que están condicionados por los recursos que contamos, nosotros nos financiamos con recursos que vienen directamente del Estado, algo de publicidad del Estado finalmente es plata del Estado, por eso nosotros tenemos muchísimos menos recursos que la televisión comercial para invertir en programación y producción, tenemos que crear un balance, quisiéramos tener más producción nacional pero no nos dan los recursos para eso, el resto lo complementamos con producción extranjera con relación a costos menores, normalmente un capítulo de media hora infantil cuesta trescientos dólares, producir media hora de producción nacional cuesta tres mil dólares hay una gran diferencia entre cuantas horas al año vamos hacer producción nacional versus programación extranjera.

-¿Qué aspectos ha mejorado, con la inserción del canal del fútbol y de qué manera ha afectado la programación establecida anteriormente?

Nosotros desde hace tiempo atrás más o menos dos años, comenzamos a poner contenido de fútbol, es indudable que es un imán para el público, fue el Sub 17- Sub 20 que no son torneos de primera línea o comercializados como son los campeonatos mundiales pudimos exhibir de manera íntegra y completa generando una buena versión de la audiencia. Comenzamos también por transmitir algún partido nacional, hace dos años teníamos los derechos sobre el Club de Riobamba compartíamos con otro canal El Independiente, Macará algo de Barcelona no resultaba nuevo para nosotros.

Este año nos hicieron la propuesta los señores que han organizado lo que llamamos el poll de canales quienes compraron el paquete, los derechos del campeonato nacional de fútbol. De que la nuestra sea una de las ventanas que ellos tengan para exhibirlo, asumimos tres equipos del campeonato nacional de la Serie A, teniendo ciertos impedimentos para vender publicidad comercial, así realizamos una transacción a quienes cedemos la pantalla y permitir que vaya cierta publicidad, esto nos ayuda a crecer en el alcance de la sintonía, la gente nos empieza a conocer a través de nuestras

promociones, resultando inversión de publicidad. Contamos con señal internacional en Directv y a través de otra cadena en España.

FREDDY RIVERA



CARGO: PRODUCTOR DEL
PROGRAMA “LO PÚBLICO”

LUGAR: DEPARTAMENTO DE
PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN.

TEMA: CONSTRUCCIÓN DE LA
AGENDA MEDIÁTICA DE LA
TELEVISIÓN PÚBLICA

-¿Como parte del equipo de ECTV que se siente hacer televisión pública?

Fue un reto de entrada pues el cambio era radical, porque no está manejada por rating cuando estas en la comercial, fue un cambio drástico, porque acá lo que tenemos que dar a la ciudadanía es información que le sirva que le pueda educar y entretener que ese es uno de los objetivos principales.

-¿Cómo surge la propuesta de sacar al aire el programa?

El programa ya tenía un poco más de un año al aire, la intención desde un inicio había sido tener a representantes de ministerios y de gobiernos para que puedan dar su rendición de cuentas cómo va la gestión siendo así el inicio del programa para lo que fue creado, pero después nos dimos cuenta que a la gente le fue interesando, recibíamos bastantes llamadas telefónicas solicitando temáticas ya no creímos conveniente que solamente entidades públicas deban estar aquí para responder, sino que también podemos traer organizaciones sociales, jóvenes, adultos para que puedan opinar sobre

distintos temas para ir cambiando el sentido de Lo Público y no solo que respondan al Gobierno.

-¿Tienen alguna limitación frente al contenido en los programas?

No hemos tenido limitaciones, para los programas te pongo un ejemplo contamos con asambleístas, bancadas que han podido venir al programa, ese ha sido el fuerte con el que hemos tenido algunos debates, temáticas que son de interés público, contamos con la libertad de manejar nuestra agenda.

-¿El tiempo de duración del programa responde a alguna demanda social?

Nuestra pauta la desarrollamos diariamente, siempre nosotros la agenda la hacemos con una semana de anticipación de acuerdo al horario ahora estamos de ocho a ocho y media. Nos manejamos con un solo tema abarcamos ejes principales que pueden ser tres o cuatro y de ahí vamos variando con microondas en vivo, llamadas telefónicas y mensajes de Facebook entonces con esa interacción de la ciudadanía abarcamos la temática con un tema específico, para el programa lo más importante es la participación de la ciudadanía sea en vivo o por segmento grabado.

-¿La tendencia del programa responde netamente al Gobierno?

En estos últimos meses hemos tenido la participación de organizaciones es decir ya no necesariamente la política o la información del Gobierno es la importante para el programa, ahora es de interés las organizaciones sociales pues si tienen un proyecto o una propuesta en pro del beneficio de la ciudadanía, la acogemos y la sacamos al aire, no necesariamente tiene que ser del Gobierno tienen que ser propuestas ciudadanas que aporten eso va también con el programa.

FABIÁN VICUÑA



CARGO: PRODUCTOR DEL
PROGRAMA “PUERTA
ABIERTA”

LUGAR: DEPARTAMENTO DE
PRODUCCIÓN Y
PROGRAMACIÓN

TEMA: CONSTRUCCIÓN DE
LA AGENDA MEDIÁTICA DE
LA TELEVISIÓN PÚBLICA

--¿Como parte del equipo de ECTV que se siente hacer televisión pública?

Aquí tienes esa libertad de hacer cosas que tengan un contenido cultural educativo que le sirva a la sociedad, lo que en los otros canales por el tema del rating de ventas no se lo puede hacer y ser productor de este tipo de programas primero estas dando un servicio útil que sirve a la comunidad y segundo como profesional te sientes bien porque estás haciendo cosas de valor.

-¿Cómo surge la propuesta de sacar al aire el programa?

Un día el jefe de producción de ECTV me llamó, necesitaba una personas que haga de todo un poco, que sea realizador, productor que edite el proyecto era el de trabajar con

todo tipo de organizaciones sociales, asociaciones, fundaciones y nació el proyecto lo escribimos así se dio “Puerta Abierta”

-¿Tienen alguna limitación frente al contenido en los programas?

El programa “Puerta Abierta” el contenido es un espacio dedicado a todo tipo de asociaciones, gremios, sindicatos fundaciones, a través de un reportaje vemos el trabajo que hacen y una entrevista conocemos sus objetivos, proyectos y necesidades. El programa tiene su limitación en contenido porque nos basamos en esas temáticas.

-¿El tiempo de duración del programa responde a alguna demanda social?

El programa dura 30 minutos y con cortes está sobre los 26 minutos, es interesante ver el trabajo que hace una fundación pero no para extenderte una hora, el tiempo es exacto para la entrevista y el reportaje.

JUAN TAPIA



CARGO:PRODUCTOR DE ECTV
DEPORTES

LUGAR:DEPARTAMENTO DE
PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN
DEPORTES

TEMA:RECORRIDO DEL PROCESO DE
AVANCE- DEPARTAMENTO DE
DEPORTES ECTV

-¿--¿Como parte del equipo de ECTV que se siente hacer televisión pública?

Realizar televisión pública aquí en Ecuador fue un reto, la forma de pensar es diferente a la de la televisión comercial, la parte de deportes fue una apuesta fue hizo la televisión para tratar de tener audiencia en su programación con esto nosotros hicimos transmisiones de fútbol y marcar una diferencia que es el respeto al fútbol, se usaba mucho el apodo. Sin embargo un paso que estamos tratando de hacer estamos trabajando el respeto hacia el jugador, la televisión pública se enmarca a tratar de buscar lo nuestro a darle una identidad, en eso estamos somos un canal joven y que hemos dado pasos bastante grandes.

Ecuador TV empezó en el 2010 con la transmisión de Independiente del Valle conjuntamente con Gama y TC ese mismo año nosotros hicimos transmisión del Mundial de Sudáfrica en muchos partidos diferidos y en las finales y semifinales lo hicimos en vivo. Desde ahí apostamos alanzar unos productos deportivos interesantes. Durante todo el mes del mundial hicimos un programa que se llamó “Sudamerica al día” además la programación del canal siempre nos apoya con programación de afuera como

se trabajó en los estadios. En el 2011 terminamos con el Independiente y empezó la apuesta hicimos dos Sudamericanos Sub 17 y Sub 20 junto a los Mundiales también de mujeres, de fútbol playa, de vóley, ecua-voley fue maravillosa esta experiencia nos adentramos muchísimo en fútbol pero también quisimos dar otros espacios que son diferentes que la gente no recibía y que a veces comercialmente no funciona

En el tema de publicidad ECTV no tiene por ley la capacidad de publicitar, los recursos que viene son del Estado por eso nosotros hemos hecho no tenía publicidad los primeros años no ensuciábamos la pantalla entonces la gente podía disfrutar ver un partido de fútbol de vóley. Sin embargo en la necesidad de entrar en la transmisión del fútbol del campeonato nacional, esto fue un contrato de Gama TV que nos cede derechos en tres equipos Liga de Loja, Nacional y Deportivo Quito nosotros tenemos la obligatoriedad de pasar a nivel comercial, no se piensa bien entre los canales sobre el tema comercial.

-¿Tienen alguna restricción o limitaciones al ejercer el trabajo periodístico?

Ecuador tv tiene políticas de calidad somos normados por una norma ISO en la parte obscura en el lenguaje grotesco esas son las limitaciones de ahí nosotros tratamos de ser más limpios, imparciales en lo que estamos haciendo, la gente que transmite son seres humanos y que la gente que forma parte de este canal se incluyan en ese pensamiento.

JOSÉ LASO



CARGO: POSGRADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

LUGAR: UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

TEMA: RECuento HISTÓRICO DE LA TELEVISIÓN

-¿Qué influencia puede tener la televisión en una sociedad?

Hay una transformación del espacio público. Antes, el espacio público se definía por el espacio físico (Las calles, las plazas, etc). Lo que se ha transformado en el mundo es una transformación de la visibilidad y hay que relacionar lo público con lo visible para una gran mayoría de gente y uno se es visible a partir de los medios de comunicación. Entonces los medios de comunicación y las grandes tecnologías se han convertido en el espacio público donde la sociedad se vuelve visible. Por la mediatización de la sociedad atraviesa la vida social, la vida política, incluso la vida personal e íntima de las personas. Esta es la transformación del espacio público más allá de que la televisión influye o no influye, es mala o es buena porque estos son aspectos más parciales de la televisión donde el gran fenómeno es la mediatización de la cultura.

-¿Hay un tema sobre la manipulación de la información en los distintos medios de comunicación ¿Cómo afecta esto a la sociedad o al televidente?

Ahí hay dos problemas, primer debemos entender que el sentido de la vida social se construye desde un punto de vista e interpretamos de una forma porque somos sujetos en el interior de una sociedad. Siempre la comunicación está socialmente determinada y siempre la comunicación revela un punto de vista y una serie de determinaciones sociales.

En General, las sociedades son heterogéneas, son múltiples y por ende hay una enorme inmensidad de puntos de vista que hacen riqueza de la vida social. Entonces, lo que hay que garantizar es que haya espacios para esa pluralidad de voces (puntos de vista) se reflejen dentro de la sociedad. Nadie tiene una verdad, nadie tiene un punto de vista (Ni el estado, ni el gobierno, ni las iglesias, etc.).

Hay que garantizar esa pluralidad de voces pero como en las sociedades hay unas diferencias de grupos sociales que tienen más acceso a los medios y más posibilidad de civilizarse y éste es uno de los problemas más grandes del mundo porque no existe una comunicación sino más bien una comunicación empresarial porque necesitamos de una influencia económica-social sea en entidades privadas o pública, el Estado y lo público necesitan recursos. La televisión pública, las iglesias deben funcionar como empresas.

En nuestra sociedad ha primado la comunicación empresarial y ahí hay intereses que reproducen y fortalecen el carácter empresarial de la comunicación. Las empresas de comunicación representan una parte de la población pero se debe garantizar que el otro sector de la población tenga el mismo espacio público, pero el problema es que lo comunitario no es santo porque en el Estado hay intereses políticos, al igual que en el privado. Hay que garantizar que esa pluralidad de intereses se contradiga porque la sociedad también crece por conflictos.

-¿A qué se le debería entender por Televisión Pública?

Lo público tiene un carácter diferente, tiene que ser un espacio que permita el reflejo de la pluralidad de voces (puntos de vista), que se reflejen las minorías y mayorías de manera proporcional. En el espacio público los Estados deberían garantizar que ese espacio público sea realmente público porque si es gubernamental vamos a caer en lo mismo. Thompson dice que “lo que habría de hacer desde el Estado es un pluralismo

regular”. Lo público debería representar los intereses de todos, porque todos somos los que financiamos lo público.

-¿Cuál es la diferenciación de la Televisión Privada y la Televisión Pública?

Los privados defienden sus intereses, existentes circunstancias donde lo privado jugado un papel importante y ha defendido a lo público, como en las dictaduras cuando los medios han disputado con estas dictaduras han defendido los intereses de todos.

-¿Qué recomendación haría a Ecuador TV?

Considero que Ecuador TV es parte de un proceso para ser un medio público, tiene muchas contradicciones internas y también debe tener muchas presiones desde el gobierno para que sea un medio estatal pero a mí me parece que hay gente en Ecuador TV que es muy consciente del carácter de lo público.

En los modelos de Televisión Pública hay que ir creando una institucionalidad tan fuerte que tenga una separación de los gobiernos y de los estados; siempre va haber una intención pero hay modelos de Televisión Pública como es el caso de la BBC de Londres que es una televisión pública muy crítica de la monarquía inglesa.

-¿Qué soporte considera fundamentales para la permanencia de la Televisión Pública?

Esto se debe dar con ayuda del Estado pero el problema es que el estado no debe intervenir para hacer que los medios se ligen a los gobiernos de turno. Hay que diferenciar el Estado del Gobierno.

-Se puede observar que en la TV Pública se da apertura a programas infantiles y educativos ¿A qué se debe esta preferencia?

Eso es un asunto complejo, la televisión privada tiene programas infantiles. De lo poco que he visto veo que hay mucha satanización porque en la actualidad no sirve de nada hacer un programa moral porque nadie lo va a ver. En ese aspecto el ámbito comercial ha ganado. La Televisión tiene que competir con alta calidad y así ganar audiencia.

-¿Cree usted que el nivel de educación influye al momento de elegir y diferenciar un programa educativo de otro?

Los académicos tenemos una distensión de clase. La gente va a ver la televisión para ver el fútbol, las novelas que son programas de entretenimiento y esto no se debe a una maldad sino que la gente necesita distraerse. Pero cuando hay que ver temas políticos la gente mira estos programas. La gente aprende viendo televisión y así mira que le gusta y que no le gusta.

CÉSAR HERRERA



CARGO: COORDINADOR DEL ÁREA VIRTUAL Y
MULTIMEDIA

LUGAR: INSTALACIONES CIESPAL

TEMA: LA TELEVISIÓN EN EL ECUADOR

1.- ¿Qué nos puede contar de la televisión en el Ecuador tomando en cuenta un aspecto histórico?

La Televisión en el Ecuador lleva una marca que le pesa hasta ahora que es el concepto de televisión privada que nace en los años 60 aproximadamente con la tecnología de la época (blanco y negro). Por lo tanto el concepto no era producción normalmente sino programación externa-ajena que compraban los canales de televisión porque les salía más barato y por lo tanto nos acostumbramos a programas de televisión ajenos llenos de telenovelas, películas y los únicos temas que comienzan a fortalecerse son los informativos porque eso debe de cubrir el nivel de información que existe en el país y uno que otro programa de entretenimiento. Entonces ese tipo de programas nos llevó aprender ese tipo de televisión basada en narrativas extrañas y foráneas las que a la larga dieron varias pautas y se comienzan abrir escuelas de periodismo para crear marcas en el ámbito informativo. De esta manera sólo se fortaleció en lo informativo más no se dio apertura a la producción nacional.

La programación que ingresa es la que vende y por esta razón limita a ver otro tipo de programación debido a que si el programa no funcionaba o no tenía rating quedaba fuera. La Televisión ecuatoriana se volvió pobre en generar una oferta más amplia de productos televisivos porque lo que mandaba el rating. Por esta razón no se dio mucha

importancia a la producción nacional y por eso no se crearon escuelas de formación sobre nuevas narrativas en la TV.

No hubo televisión pública desde un principio porque adoptamos televisión privada por lo que no se le dio importancia a la producción nacional.

2.- ¿Qué busca la televisión pública en la actualidad después del pre-dominio de la televisión privada?

El país necesita una televisión que vaya más allá del mercado, necesita una televisión que te pueda ofertar diversidad en la programación con programas más propios donde puedas reconocer a personajes, culturas y realidades propias. Necesitamos una ventana para poder decir lo que pensamos en el Ecuador, porque antes abríamos espacio a una cultura foránea que tiene narrativas distintas a las nuestras. Ahora debemos analizar si la actual televisión pública está dando espacios a nuestra producción a nuestro público porque lo público es de la gente. Por esta razón es importante tener una televisión pública para que la gente se manifieste y que no esté sostenida del aspecto económico.

La televisión por esencia es pública porque siempre tendrá un rol público pese a ser televisión privada o publicitaria. La televisión pública es importante para dar testimonios de nuevos actores pero el resto de televisoras tienen un rol público y se debe pensar en qué se va a transmitir.

2.- ¿Cómo influye la programación televisiva en las personas?

La Televisión tiene un impacto fuerte en las personas, los mensajes comienzan a incidir la forma de ver el mundo porque me está mostrando formas de vida y de esta forma nos posiciona formas de vida que muchas veces no es real. La influencia de televisión está en la frecuencia de mensajes dados en distintos programas más no en un solo programa, es decir una programación que repite estilos de vida determinadas y por eso es importante tener una variedad en la programación.

El reto de la televisión para romper la frecuencia de estilos de vida es romper el tema de lo simbólico que se encuentran en las películas y en las novelas. Esto se encuentra cuando no hay una variedad donde haya temas equitativos porque la repetición de un programa con tipos de vida pre-establecidos incide en las personas que a la larga la toman como válida.

4.- ¿Qué hacer para que la Televisión pública tenga mayor acogida?

No es fácil que la gente se vuelque de un medio a otro porque esto es parte de un proceso hasta que la gente adopte y se acostumbre. La televisión tiene un arduo trabajo sin desechar los formatos.

5.- ¿Cómo se ajusta la programación de ECTV a los requerimientos que desea el público?

Hay un problema porque hay productores que están en la televisión pública que llegaron de una televisión programa entonces ahí se les dificulta. Por ejemplo se podría hacer programas de humor diferentes a los existentes, un humor analítico. Lo que importa es cómo se va a narrar el programa para agregar nuevas voces y nuevos protagonistas.

PROGRAMACIÓN DE ECUADOR TV

LUNES:

HORA	PROGRAMA
05h30	Oshin
05h45	Oshin
06h00	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Ilunke (Resto del país)
06h15	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Ilunke (Resto del país)
06h30	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Ilunke (Resto del país)
06h45	Deportes ECTV
07h00	Gente al Día
07h15	Gente al Día
07h30	Gente al Día
07h45	Gente al Día
08h00	Lo Público
08h15	Lo Público
08h30	¿Sabías que?
08h45	¿Sabías que?
09h00	Oshin
09h15	Oshin
09h30	La Casa de Mickey Mouse
09h45	La Casa de Mickey Mouse
10h00	Manos a la Obra
10h15	Jake y los Piratas del País de Nunca Jamás
10h30	Pequeño Robot

10h45	El Principito
11h20	Johnny Test
11h50	El Patito Feo
12h15	Garfield
12h30	Meridiano
12h50	La Pequeña Lulú
13h30	León / La Abeja Maya
13h40	Bugget / Bernardo
14h00	Meridiano
14h20	Puerta Abierta
14h50	La Casa de Mickey Mouse
15h00	La Casa de Mickey Mouse
15h15	TwistedWhiskers
15h30	El Principito
16h00	Art Attack
16h15	Gadget y los Gadgetinis
16h30	Educa – Televisión Para Aprender
16h35	Educa – Televisión Para Aprender
17h00	Nuestra Voz
17h30	El Ceniciento
18h00	ECTV Regional
18h30	Los Pitufos
19h00	ECTV Noticias
19h22	ECTV Deportes

19h45	Oshin
20h00	Oshin
20h15	Amigos del Patrimonio
20h30	Amigos del Patrimonio
20h45	NationalGeographic: Grandes Migraciones
21h00	NationalGeographic: Grandes Migraciones
21h15	NationalGeographic: Grandes Migraciones
21h30	NationalGeographic: Grandes Migraciones
21h45	ECTV Noticias
22h00	ECTV Noticias
22h15	ECTV Noticias
22h30	La Pieza Clave
22h45	La Pieza Clave
23h00	La Pieza Clave
23h15	La Pieza Clave
00h00	Enlace Ciudadano
00h15	Enlace Ciudadano
00h30	Enlace Ciudadano
00h45	Enlace Ciudadano
01h00	Enlace Ciudadano
01h15	Enlace Ciudadano
01h30	Enlace Ciudadano
01h45	Enlace Ciudadano
02h00	Enlace Ciudadano

02h15	Enlace Ciudadano
02h30	Enlace Ciudadano
02h45	Enlace Ciudadano
03h15	NationalGeographic: Grandes Migraciones
03h45	NationalGeographic: Grandes Migraciones
04h15	NationalGeographic: Grandes Migraciones
04h30	Noticiero Telesur
04h45	Noticiero Telesur

MARTES:

HORA	PROGRAMA
05h30	Oshin
05h45	Oshin
06h00	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h15	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h30	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h45	Deportes ECTV
07h00	Gente al Día
07h15	Gente al Día
07h30	Gente al Día
07h45	Gente al Día
08h00	Lo Público
08h15	Lo Público

08h30	En Cámara Lenta
08h45	En Cámara Lenta
09h00	Oshin
09h15	Oshin
09h30	La Casa de Mickey Mouse
09h45	La Casa de Mickey Mouse
10h00	Manos a la Obra
10h15	Gaspar
10h30	Pequeño Robot
10h45	El Principito
11h20	Johnny Test
11h50	Arcandina
12h15	Mascotas Extraterrestres
12h30	Meridiano
12h50	La Pequeña Lulú
13h30	León / La Abeja Maya
13h40	Bugget / Bernardo
14h00	Meridiano
14h20	La Casa de Mickey Mosue
14h50	El Patito Feo
15h00	El Patito Feo
15h15	TwistedWhiskers
15h30	El Principito
16h00	Art Attack

16h15	Gadget y los Gadgetinis
16h30	Educa – Televisión Para Aprender
16h35	Educa – Televisión Para Aprender
17h00	Minicons
17h30	El Ceniciento
18h00	ECTV Regional
18h30	Los Pitufos
19h00	ECTV Noticias
19h22	ECTV Deportes
19h45	Oshin
20h00	Oshin
20h15	Mikromundos
20h30	Mikromundos
20h45	Ecuatorianos en el Mundo
21h00	Ecuatorianos en el Mundo
21h15	Ecuatorianos en el Mundo
21h30	Ecuatorianos en el Mundo
21h45	ECTV Noticias
22h00	ECTV Noticias
22h15	ECTV Noticias
22h30	Castle
22h45	Castle
23h00	Ventana Ciudadana
23h15	Ventana Ciudadana

00h00	En Cámara Lenta
00h15	En Cámara Lenta
00h30	En Cámara Lenta
00h45	En Cámara Lenta
01h00	Mikromundos
01h15	Mikromundos
01h30	Mikromundos
01h45	Ecuatorianos en el Mundo
02h00	Ecuatorianos en el Mundo
02h15	Ecuatorianos en el Mundo
02h30	Ecuatorianos en el Mundo
02h45	Minicons
03h15	Los Pitufos
03h45	Castle
04h15	Castle
04h30	Noticiero Telesur
04h45	Noticiero Telesur

MIÉRCOLES:

HORA	PROGRAMA
05h30	Oshin
05h45	Oshin
06h00	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h15	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)

06h30	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h45	Deportes ECTV
07h00	Gente al Día
07h15	Gente al Día
07h30	Gente al Día
07h45	Gente al Día
08h00	Lo Público
08h15	Lo Público
08h30	Ventana Ciudadana
08h45	Ventana Ciudadana
09h00	Oshin
09h15	Oshin
09h30	La Casa de Mickey Mouse
09h45	La Casa de Mickey Mouse
10h00	Media Luna
10h15	Jake y los Piratas del País de Nunca Jamás
10h30	Art Attack
10h45	El Principito
11h20	Gadget y los Gadgetinis
11h50	El Patito Feo
12h15	Mascotas Extraterrestres
12h30	Meridiano
12h50	La Pequeña Lulú
13h30	León / La Abeja Maya

13h40	Bugget / Bernardo
14h00	Meridiano
14h20	Educa TV
14h50	Zapa Zapa
15h00	Zapa Zapa
15h15	TwistedWhiskers
15h30	El Principito
16h00	Art Attack
16h15	Gadget y los Gadgetinis
16h30	Educa – Televisión Para Aprender
16h35	Educa – Televisión Para Aprender
17h00	Minicons
17h30	ECTV Regional
18h00	ECTV Regional
18h30	Los Pitufos
19h00	ECTV Noticias
19h22	ECTV Deportes
19h45	Oshin
20h00	Oshin
20h15	Mikromundos
20h30	Mikromundos
20h45	Ecuatorianos en el Mundo
21h00	Ecuatorianos en el Mundo
21h15	Ecuatorianos en el Mundo

21h30	Ecuatorianos en el Mundo
21h45	ECTV Noticias
22h00	ECTV Noticias
22h15	ECTV Noticias
22h30	Puntos de Vista
22h45	Puntos de Vista
23h00	Puntos de Vista
23h15	Castle
00h00	Castle
00h15	Nuestros Sueños
00h30	Nuestros Sueños
00h45	Nuestros Sueños
01h00	Mikromundos
01h15	Mikromundos
01h30	Mikromundos
01h45	Ecuatorianos en el Mundo
02h00	Ecuatorianos en el Mundo
02h15	Ecuatorianos en el Mundo
02h30	Ecuatorianos en el Mundo
02h45	Minicons
03h15	Los Pitufos
03h45	Castle
04h15	Castle
04h30	Noticiero Telesur

04h45	Noticiero Telesur
--------------	-------------------

JUEVES:

HORA	PROGRAMA
05h30	Oshin
05h45	Oshin
06h00	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h15	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h30	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h45	Deportes ECTV
07h00	Gente al Día
07h15	Gente al Día
07h30	Gente al Día
07h45	Gente al Día
08h00	Lo Público
08h15	Lo Público
08h30	Selva Viva
08h45	Selva Viva
09h00	Backardigans
09h15	Backardigans
09h30	Tikitiklip Precolombino
09h45	Tikitiklip Precolombino
10h00	Pocoyó

10h15	Gasper
10h30	Art Attack
10h45	El Principito
11h20	Gadget y los Gadgetinis
11h50	Mis amigos los títeres
12h15	Garfield
12h30	Meridiano
12h50	La Pequeña Lulú
13h30	León / La Abeja Maya
13h40	Bugget / Bernardo
14h00	Meridiano
14h20	Puerta Abierta
14h50	Zapa Zapa
15h00	Zapa Zapa
15h15	Las Aventuras de Mickey y Donald
15h30	Autobus Mágico
16h00	Art Attack
16h15	Gadget y los Gadgetinis
16h30	Educa – Televisión Para Aprender
16h35	Educa – Televisión Para Aprender
17h00	Spiderman
17h30	El Ceniciento
18h00	ECTV Regional
18h30	Los Pitufos

19h00	ECTV Noticias
19h22	ECTV Deportes
19h45	Oshin
20h00	Oshin
20h15	Donde yo vivo
20h30	Donde yo vivo
20h45	Perspectiva 7
21h00	Perspectiva 7
21h15	Perspectiva 7
21h30	Perspectiva 7
21h45	ECTV Noticias
22h00	ECTV Noticias
22h15	ECTV Noticias
22h30	Bernard en la noche
22h45	Bernard en la noche
23h00	Bernard en la noche
23h15	El Alternador El Especial
00h00	El Alternador El Especial
00h15	El Alternador El Especial
00h30	El Alternador El Especial
00h45	El Alternador El Especial
01h00	Palabras de Paz
01h15	Palabras de Paz
01h30	Palabras de Paz

01h45	Donde yo vivo
02h00	Donde yo vivo
02h15	Puerta Abierta
02h30	Puerta Abierta
02h45	Castle
03h15	Bernard en la Noche
03h45	Selva Viva
04h15	Selva Viva
04h30	Noticiero Telesur
04h45	Noticiero Telesur

VIERNES:

HORA	PROGRAMA
05h30	Oshin
05h45	Oshin
06h00	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h15	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h30	Gente al Día (Quito y Guayaquil) – Inunke (Resto del país)
06h45	Deportes ECTV
07h00	Gente al Día
07h15	Gente al Día
07h30	Gente al Día
07h45	Gente al Día
08h00	Lo Público

08h15	Lo Público
08h30	Selva Viva
08h45	Selva Viva
09h00	Oshin
09h15	Oshin
09h30	Tikitiklip Precolombino
09h45	Tikitiklip Precolombino
10h00	Media Luna
10h15	Jake y los Piratas del País de Nunca Jamás
10h30	Art Attack
10h45	El Principito
11h20	Gadget y los Gadgetinis
11h50	El Patito Feo
12h15	Garfield
12h30	Meridiano
12h50	La Pequeña Lulú
13h30	León / La Abeja Maya
13h40	Bugget / Bernardo
14h00	Meridiano
14h20	La Casa de Mickey Mouse
14h50	El Patito Feo
15h00	El Patito Feo
15h15	Autobus Mágico
15h30	El Principito

16h00	Art Attack
16h15	Gadget y los Gadgetinis
16h30	Educa – Televisión Para Aprender
16h35	Educa – Televisión Para Aprender
17h00	Spiderman
17h30	El Ceniciento
18h00	ECTV Regional
18h30	Los Pitufos
19h00	ECTV Noticias
19h22	ECTV Deportes
19h45	Oshin
20h00	Oshin
20h15	¿Sabías qué?
20h30	¿Sabías qué?
20h45	BBC Rituales
21h00	BBC Rituales
21h15	BBC Rituales
21h30	BBC Rituales
21h45	ECTV Noticias
22h00	ECTV Noticias
22h15	ECTV Noticias
22h30	Noche de Cine
22h45	Noche de Cine
23h00	Noche de Cine

23h15	Noche de Cine
00h00	Noche de Cine
00h15	Noche de Cine
00h30	Noche de Cine
00h45	Noche de Cine
01h00	Castle
01h15	Castle
01h30	Castle
01h45	Castle
02h00	Castle
02h15	BBC Rituales
02h30	BBC Rituales
02h45	Ojos que no ven
03h15	Bernard en la Noche
03h45	Selva Viva
04h15	Selva Viva
04h30	Noticiero Telesur
04h45	Noticiero Telesur

SÁBADO:

HORA	PROGRAMA
05h30	Scrubs
05h45	Scrubs
06h00	Nuestros Sueños

06h15	Nuestros Sueños
06h30	Selva Viva
06h45	Selva Viva
07h00	Mundos de Uli
07h15	Mundos de Uli
07h30	Las Aventuras de Mickey y Donald
07h45	Las Aventuras de Mickey y Donald
08h00	Mascotas Extraterrestres
08h15	Mascotas Extraterrestres
08h30	Pequeño Einstein
08h45	Pequeño Einstein
09h00	Expresarte
09h15	Expresarte
09h30	Expresarte
09h45	Expresarte
10h00	Enlace Ciudadano
10h15	Enlace Ciudadano
10h30	Enlace Ciudadano
10h45	Enlace Ciudadano
11h20	Enlace Ciudadano
11h50	Enlace Ciudadano
12h15	Enlace Ciudadano
12h30	Enlace Ciudadano
12h50	Señas

13h30	Proyecto Tierra
13h40	Proyecto Tierra
14h00	Proyecto Tierra
14h20	Proyecto Tierra
14h50	Amigos del Patrimonio
15h00	Nuestra Voz
15h15	Nuestra Voz
15h30	Nuestra Voz
16h00	Recreo
16h15	Recreo
16h30	Scrubs
16h35	Spiderman
17h00	Jeff Corwin – Animales Extremos
17h30	En Cámara Lenta
18h00	Ecuatorianos en el Mundo
18h30	Ecuatorianos en el Mundo
19h00	Pesca Mortal
19h22	Pesca Mortal
19h45	Pesca Mortal
20h00	La Caja de Pandora
20h15	La Caja de Pandora
20h30	La Caja de Pandora
20h45	La Caja de Pandora
21h00	593 Ecuador

21h15	593 Ecuador
21h30	593 Ecuador
21h45	593 Ecuador
22h00	Culpable o Inocente
22h15	Culpable o Inocente
22h30	Culpable o Inocente
22h45	Culpable o Inocente
23h00	Unízono Clips
23h15	Unízono Clips
23h30	Jeff Corwin – Animales Extremos
00h00	Proyecto Tierra
00h15	Proyecto Tierra
00h30	Proyecto Tierra
00h45	Proyecto Tierra
01h00	Enlace Ciudadano
01h15	Enlace Ciudadano
01h30	Enlace Ciudadano
01h45	Enlace Ciudadano
02h00	Enlace Ciudadano
02h15	Enlace Ciudadano
02h30	Enlace Ciudadano
02h45	Enlace Ciudadano
03h15	Enlace Ciudadano
03h45	Los Pitufos

04h15	Pesca Mortal
04h30	Pesca Mortal
04h45	Pesca Mortal

DOMINGO:

HORA	PROGRAMA
05h30	Nómadas Sudamérica
05h45	Nómadas Sudamérica
06h00	Reino Animal
06h15	Reino Animal
06h30	Toppy y Bingo
06h45	Toppy y Bingo
07h00	Arcandina
07h15	Arcandina
07h30	Pequeño Robot
07h45	Pequeño Robot
08h00	Pequeño Einstein
08h15	Pequeño Einstein
08h30	Mis amigos los títeres
08h45	Mis amigos los títeres
09h00	La Casa de Mickey Mouse
09h15	La Casa de Mickey Mouse
09h30	Las Aventuras de Mickey y Donald
09h45	Las Aventuras de Mickey y Donald
10h00	Gasper

10h15	Gaspar
10h30	El Principito
10h45	El Principito
11h20	Johnny Test
11h50	Johnny Test
12h15	Metajets
12h30	Metajets
12h50	Fantasilandia
13h30	La Pequeña Lulú
13h40	Fuerte como un León
14h00	El Ciudadano
14h20	El Ciudadano
14h50	El Ciudadano
15h00	Jeff Corwin – Animales Extremos
15h15	Jeff Corwin – Animales Extremos
15h30	Descarga Musical
16h00	Resumen: El Ceniciento
16h15	Resumen: El Ceniciento
16h30	Resumen: El Ceniciento
16h35	Resumen: El Ceniciento
17h00	Mundo Mágico: Mi Adorable Madeleine
17h30	Mundo Mágico: Mi Adorable Madeleine
18h00	Mundo Mágico: Mi Adorable Madeleine
18h30	Mi País, Nuestro Mundo

19h00	Ecuador Ama La Vida
19h22	Ecuador Ama La Vida
19h45	ECTV Noticias
20h00	Vele, Vele, Vele
20h15	Vele, Vele, Vele
20h30	Vele, Vele, Vele
20h45	Vele, Vele, Vele
21h00	A Prueba de Todo
21h15	A Prueba de Todo
21h30	A Prueba de Todo
21h45	A Prueba de Todo
22h00	Noches de Cine
22h15	Noches de Cine
22h30	Noches de Cine
22h45	Noches de Cine
23h00	Noches de Cine
23h15	Noches de Cine
23h30	Noches de Cine
00h00	Jeff Corwin – Animales Extremos
00h15	Jeff Corwin – Animales Extremos
00h30	ECTV Noticias
00h45	ECTV Noticias
01h00	Mi País, Nuestro Mundo
01h15	Mi País, Nuestro Mundo

01h30	Ecuador Ama La Vida
01h45	Ecuador Ama La Vida
02h00	Noches de Cine
02h15	Noches de Cine
02h30	Noches de Cine
02h45	Noches de Cine
03h15	Noches de Cine
03h45	Noches de Cine
04h15	Vele, Vele, Vele
04h30	Vele, Vele, Vele
04h45	Vele, Vele, Vele

Fuente: Programación de Ecuador TV
Escobar

Elaborado por: Christian

- CINE

Mundo Mágico

Fantasilandia

Noche de Cine

Nuestro Cine

- DEPORTES

Nación Deportiva

Ecuador Olímpico

- DOCUMENTALES

A prueba de todo

En Cámara Lenta

Especiales BBC

Especiales National Geographic

¿Sabías qué?

- ENLACE CIUDADANO

- INFANTILES

Aprendamos juntos

Arcandina

Art Attack

El autobús mágico

El Cartero Pat

Enlazados con Babau

El Principito

El Reino Animal

Gadget y los Gadgetinis

Garfield

Jake y los Piratas de Nunca Jamás

Johnny Test

La Abeja Maya

Las aventuras de Mickey y Donald

La casa de Mickey Mouse

- LO PÚBLICO

- NOTICIAS

Gente al día

Meridiano

Ecuador al día

ECTV Noticias

ECTV Noticias en señas

Perspectiva 7

- PRODUCCIÓN NACIONAL

593 Ecuador

Amigos del Patrimonio

Bernard en la Noche

Donde yo vivo

Descarga Musical

Ecuador ama la vida

Ecuatorianos en el mundo

El Alternador

Ilunke

La Caja de Pandora

La Pieza Clave

Mikromundos

Minicons

Nuestra Voz

Nuestros Sueños

Ojos que no ven

Mi país nuestro mundo

- SERIES

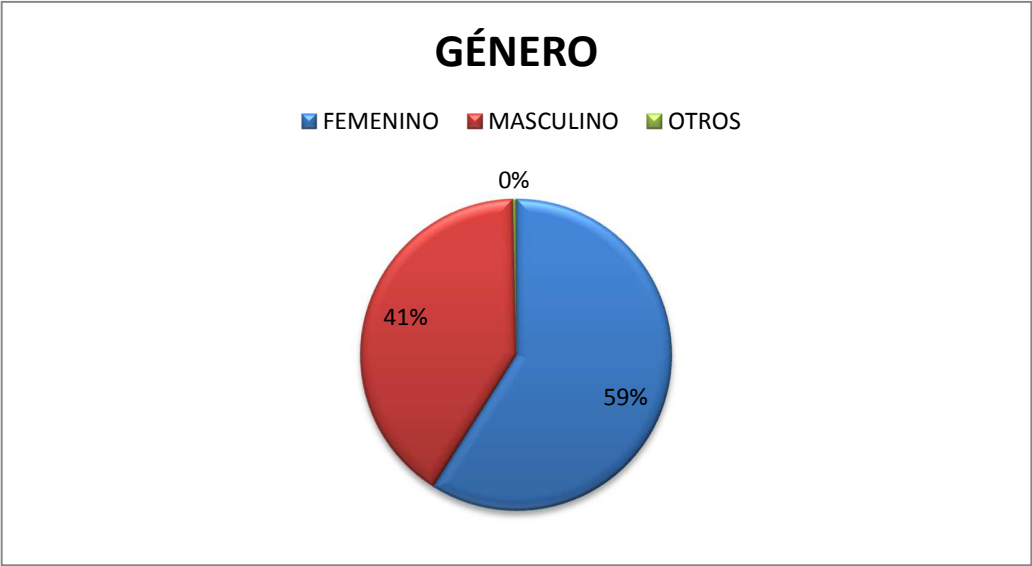
Castle

Scrubs

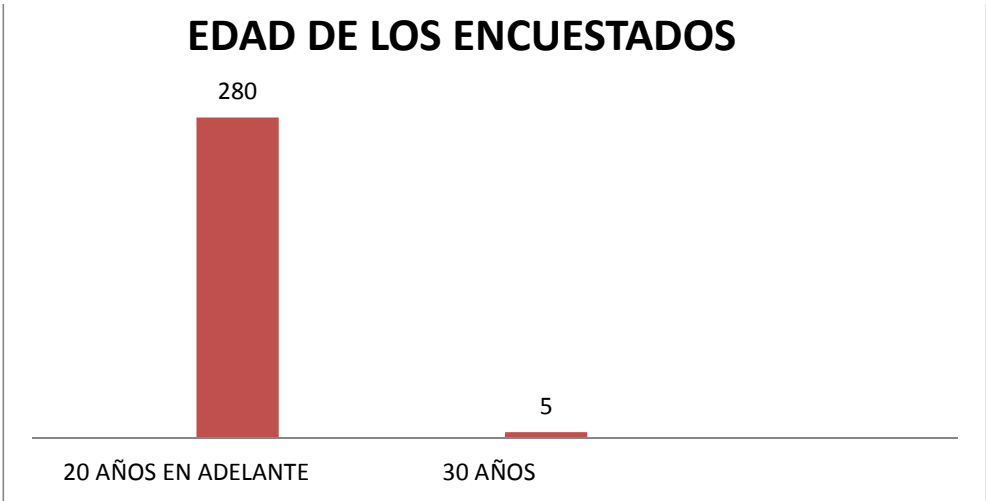
- TELENOVELAS

El Ceniciento – Oshin

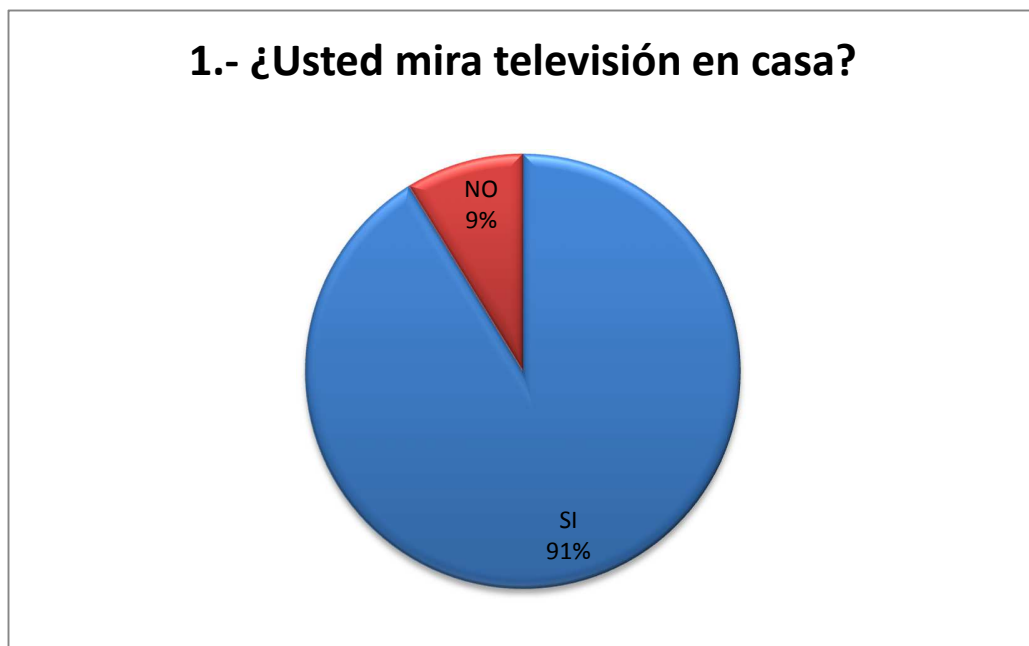
RESULTADOS DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS DEL SONDEO DE OPINIÓN



Para continuar con el desarrollo de este trabajo de investigación, a través de un sondeo de opinión los resultados nos indican que el 59% responden mujeres, el 41% a hombres, con un dato mínimo de 0% que equivale a una persona con diferente inclinación sexual.



El universo que contabilizaremos es de 285 personas, la edad de los encuestados oscila de 20 a 30 años, ellos son estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de todos los niveles en horario matutino y vespertino, entre los estudiantes de 20 años podemos señalar que corresponden a 280 alumnos y los estudiantes de 30 años para arriba únicamente 5 compañeros.

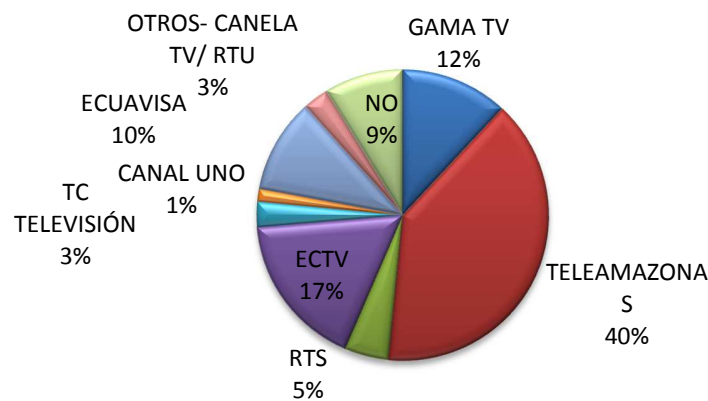


Los estudiantes que miran televisión en casa son el 91% es decir 260 si lo hacen a diferencia del 9% que equivale a 25 jóvenes que no tienen gusto por mirar las televisoras nacionales, cabe mencionar que a partir de esta respuesta no continúan con el desarrollo de las preguntas que vendrán a continuación, es decir se evidencia un gran porcentaje de jóvenes que construyen su realidad a través de noticias, telenovelas, series, programación infantil y es así como perciben la cotidianidad y formas de ser, sentir el mundo.

Cabe citar a Giovanni Sartori, pues en su texto HOMO VIDENS señala que la televisión se caracteriza por entretener, relajar y divertir haciendo que el homo ludens persevere así

nos encontraremos con nuestra vida invadida influenciado por medio de la información sean noticias lejanos o cercanas que acontece en el mundo, sean deportivas, vivimos en un universo donde los signos y la lengua juegan con el aprendizaje y los conceptos de las personas.

2.- De los canales nacionales colocados a continuación. ¿Cuál es de su preferencia y con qué programa?

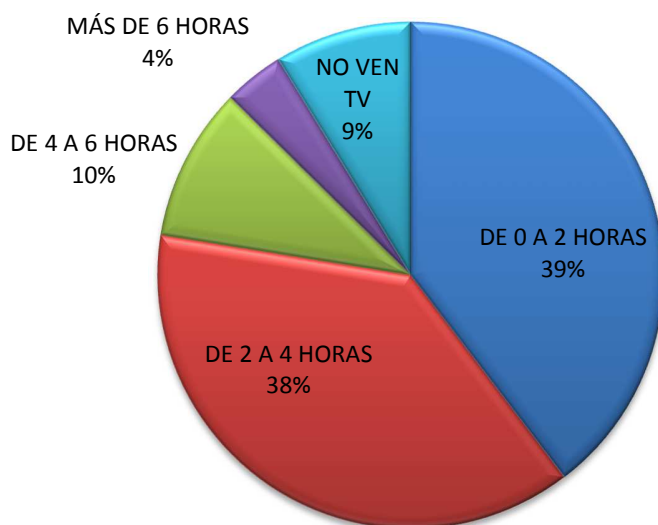


GAMA TV	TELEAMAZONAS	RTS	ECUADORTV
Rosa de Guadalupe 14	Familia Peluche 38	Vamos con todo 5	ECTV Deportes 9
Mi ex me tiene ganas 11	VIVOS 21		A prueba de todo 8
Héroes Verdaderos 9	Los Simpsons 14	Noticiero en la comunidad 2	Minicons 5
	En Corto 8		Cine Latinoamericano 4
	Jarabe de pico 9	Combate 7	Nómadas 5
	Deporte Total 6		Ecuatorianos en el Mundo 8
	NOTICIERO 24 8		Vele Vele Vele 6
	HORAS		Selva vivs 4
	La Prepago 4		
	Los Desayunos 5		
ECUAVISA	TC TELEVISIÓN	CANAL UNO	CANELA TV /RTU

El Combo Amarillo 4	Calle 7 Granados en pijamas 4	Faranduleros S:A 2	Los Dueños del Balón 1
Televistazo 10	La guerra de los sexos 2	Baila la noche 1	Pantalla Real 1
Fina Estampa 5		Noticiero UNO 2	RTU NOTICIAS 2
Rebelde 8			
Perro Amor 3			

Podemos entender que el medio de comunicación con más teleaudiencia es TELEAMAZONAS alcanzando el máximo porcentaje mientras que los medios con menor mérito son RTU y CANELA TV, por ende mientras más personas sigan este medio también acogerán su programación, pues por eso alcanzan máxima aceptación.

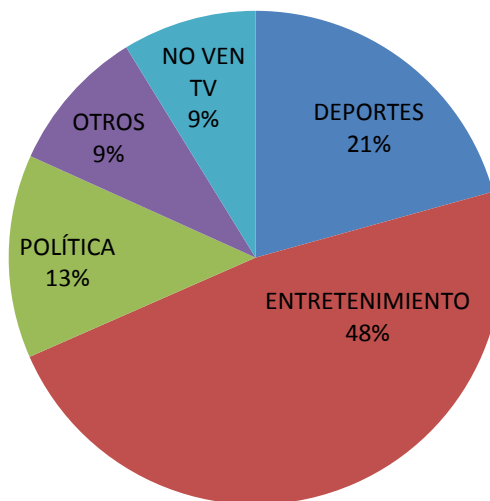
3. ¿Cuántas horas de TV ve a diario?



De acuerdo a los resultados por parte de nuestros encuestados, en esta pregunta se lleva a la par el número de horas que ven televisión a diario, de 0 a 2 horas 113 chicos ven tv esto equivale al 39%; mientras que 108 alumnos esto es el 38% ven tv de 2 a 4 horas; tan solo el 10% mira televisión de 4 a 6 horas, en realidad son cifras minoritarias, por último 11 estudiantes dedican su tiempo a ver televisión durante el día acotando el 4%.

Los jóvenes siguen sus días sean mañanas o tardes acompañados por la televisión mientras realizan sus deberes u otras actividades, dejando de la lado la comunicación con su familia, aquella interacción de conocimientos, sentimientos, opiniones por la asociación de la televisión, alcanzando un impacto en la sociedad, ya sea que durante ese tiempo son parte del zapping, pero aportan al uso de este medio. Consigo pueden traer efectos primarios, violencia o sea aprendiendo actitudes agresivas; mientras que otros lo utilicen de manera adecuada.

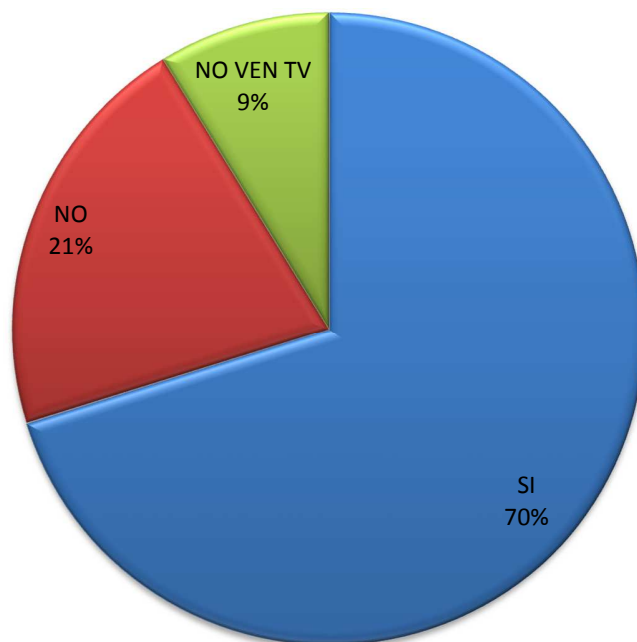
4.- ¿QUE PROGRAMACIÓN ES DE SU PREFERENCIA, DEL CANAL SELECCIONADO?



Frente a la programación que es de la preferencia del alumnado el 48% es decir 136 chicos siguen en sus casas programas de entretenimiento; le sigue los deportes con el 21% es decir 50 jóvenes, luego programación de carácter político con el 13% que equivale a 38 compañeros y la categoría Otros que alcanza el 9% siendo 27 estudiantes.

Vamos a mencionar la categoría de entretenimiento que tiene más aceptación en la sociedad, según Omar Rincón los medios de comunicación son fundamentalmente narradores del mundo y el entretenimiento es el horizonte del sentido mediático, además una manera de comunicarse, forma de pensar, sentir y llamar la atención de otros insertándose como un objetivo de vida, que es lo que buscan ciertos medios para abastecerse de rating, no brindan calidad, sino cantidad de programación con esa línea editorial que apela a los sentidos de las personas provocando interés. Este autor ratifica que los individuos hoy viven en una “cultura del espectáculo” que dispone de diversos dispositivos para construir celebridades a través del cine, que promueve la exhibición, el exceso, el glamour, la moda, el espíritu competitivo y el dinero, para tener teleaudiencia por ende alcanzan sus intereses.

5.- ¿Usted ha visto la televisión pública?



Al cumplir con ejes temáticos se llega a presentar un televisión alternativa, complementaria de servicio público en el que no primen servicios comerciales determinando así ECTV la televisión pública.

El 70% de nuestros encuestados es decir 200 jóvenes han seguido la señal de la televisión pública; en tanto el 21% que equivale a 60 estudiantes no conocen de la programación ni tendencia política, social y cultural de la televisión pública. Es importante citar que este medio busca fortalecer la identidad nacional en la que participe el país catalogándose una oportunidad para dar ciertos contenidos que la televisión comercial no estaba dando. El sentir la respuesta ciudadana, incluyendo infantes en su aprendizaje día a día, presentando documentales, producción independiente también una opción informativa diferente a la de la agenda de canales comerciales, los servicios informativos procuran dar un análisis en la política. En sí la idea de la tv pública nace por la necesidad ciudadana, una tv educativa cultural.

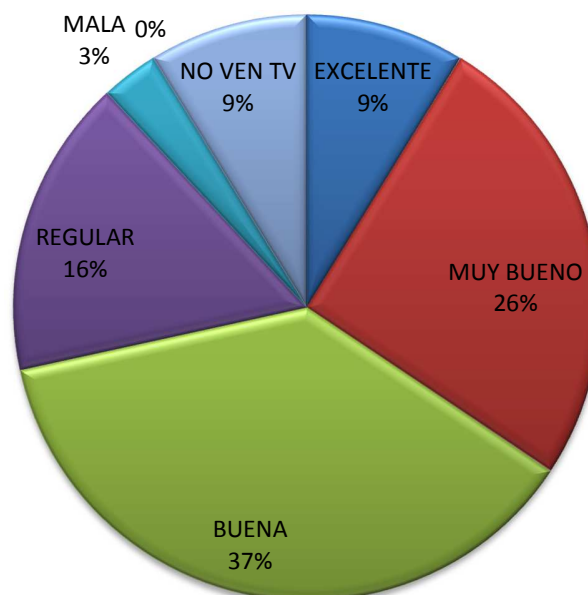
6.- ¿Cuál de los programas de la TV Pública es de su preferencia?

NINGUNO	10	593	8
VELE VELEVELE	9	ECUADOR AL DÍA	8
ECUADOR SIN FRONTERAS	8	PALABRA SUELTA	16
PROGRAMACIÓN CULTURAL	13	DOCUMENTALES DE LA BBC	13
JÓVENES Y PROBLEMAS SOCIALES	10	VENTANA CIUDADADANA	9
NOTICIAS ECTV	20	ECTV DEPORTES	13
TELENOVELAS	7	SUDAMERICANO SUB 20	9
MINICONS	11	CÁMARA LENTA	7
NÓMADAS	9	PUERTA ABIERTA	8
SOBREVIVIR	5	PERSPECTIVA 7	16
A PRUEBA DE TODO	6	CAJA DE PANDORA	11
ECUATORIANOS EN EL MUNDO	22	ECTV Regional	12

De acuerdo a los resultados que obtuvimos al realizar este sondeo, los compañeros a partir de su cotidianidad y diferenciación de gustos, supieron manifestar que de la programación de ECTV su noticiero matutino y vespertino, Perspectiva 7, Minicons, Ecuatorianos en el mundo que es producción independiente, Palabra suelta netamente político, los Documentales de la BBC también tienen gran audiencia, no podía faltar

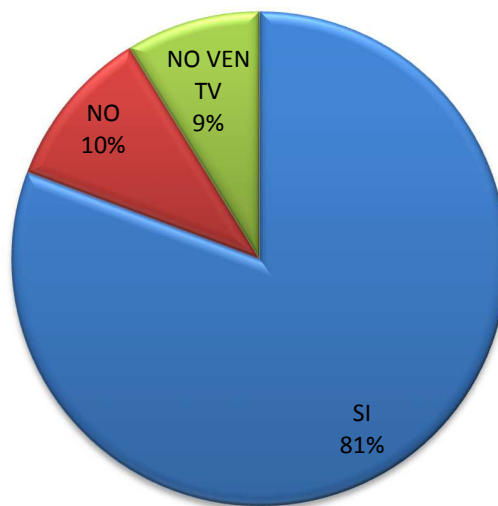
ECTV Deportes que es parte del noticiero, La Caja de Pandora y por último ECTV Regional. Como otro dato interesante tenemos que 10 personas manifestaron que ningún programa de la televisión pública es de su gusto; además la producción con menor valor cabe mencionar es el programa Sobrevivir.

7.- ¿Cómo valora a la programación de ECTV?



Al dar una valor a la programación de ECTV, los valores que obtuvimos para la categoría de EXCELENTE fue 9% con la aceptación de 25 jóvenes; la siguiente es MUY BUENO 26% que es a 73 alumnos; es hora de mencionar la categoría con mayor valoración alcanzando un 37% así lo mencionaron 106 chicos; le sigue REGULAR que llega al 16% participando 47 estudiantes, por último el 3% ha señalado que la programación es MALA siendo 9 jóvenes que lo expresan así.

8.- Considera que hay alguna diferencia entre la TV Pública y TV Comercial?



Como respuesta de la juventud tenemos que el 81% es decir 230 chicos aseguran detectar una diferencia entre estas televisoras; en cambio el 10% menciona no existir dicho contraste, para esto manifiestan posibles razones que identifican la televisión pública de la televisión comercial. Entre las razones que concuerdan los jóvenes son: mejor calidad, por la programación extranjera e impulsar la educación infantil.

LA DIFERENCIA DE LA TV PÚBLICA DE LA COMERCIAL ES:	
CONTENIDO POLÍTICO	16
SI, POR LA LÍNEA EDITORIAL	20
SI, PORQUE ES ACTUALIZADA	10
SI, MEJOR CALIDAD	21
SI, MÁS APERTURA A LA GENTE	33
SI, PROGRAMACIÓN EXTRANJERA	24
SI, POR SU CONTENIDO	20
SI, POR IMPULSAR EDUCACIÓN INFANTIL	38
NO, POR PROPAGANDA DEL GOBIERNO	18
SI, POR LA APERTURA A GENTE JOVEN	20
SI, POR EL TIPO DE PROGRAMACIÓN	10

9.- CÓMO MEJORARÍA LA PROGRAMACIÓN DE ECUADOR TV

CON ESPACIOS MUSICALES	10
NOVELAS NACIONALES	5
CON CONTENIDOS DIVERTIDOS	16
CON PROGRAMACIÓN EDUCATIVA	35
IMPLEMENTANDO PROGRAMAS CULTURALES	20
CON CONTENIDO CIENTÍFICO	17
PROGRAMAS INVESTIGATIVOS	21
APERTURA A NUEVA PROGRAMACIÓN	17
CON PRODUCCIÓN NACIONAL	25
CON DOCUMENTALES	19
PROGRAMACIÓN INDEPENDIENTE DEL GOBIERNO	4
SEÑAL DE ALTA DEFINICIÓN	5
ERRADICAR NOVELAS CHINAS	5
MÁS PERSONAL	4
AUMENTAR LOS PROGRAMAS FAMILIARES	20
PROGRAMAS JUVENILES	30
ELIMINAR CADENAS NACIONALES	7

Los jóvenes que aportaron para este estudio señalan que la forma de mejorar la agenda de ECTV es implementando programas educativos, de carácter cultural, también investigativos, se muestra interés por la programación nacional. Sugieren para los fines de semana agregar producciones con contenido familiar y precisan en transmitir contenidos para jóvenes. Queda atrás opiniones como eliminar cadenas nacionales y en enlace con el Gobierno resultando un motivo inestable pues quien aporta al desarrollo y con recursos económicos netamente es el Gobierno.